



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE ECONOMÍA

**Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de
economista**

Tema:

**“Proyecto Para Creación de una Urbanización en el Cantón
Playas”**

Autor:

Sr. Víctor Cemidio Loor Cedeño

Tutor:

Econ. Jacinto Mendoza Rodríguez MSc.

Septiembre, 2019
Guayaquil - Ecuador

FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA: ECONOMÍA MODALIDAD ANUAL

UNIDAD DE TITULACIÓN



FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	"Proyecto para Creación de una Urbanización en el cantón Playas"		
AUTOR:	Víctor Cemidio Loor Cedeño		
REVISOR/TUTOR:	Econ. Jacinto Mendoza Rodríguez		
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		
UNIDAD/FACULTAD:	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS		
TITULO OBTENIDO:	ECONOMISTA		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Septiembre 2019	No. DE PÁGINAS:	57
ÁREAS TEMÁTICAS:	Desarrollo Territorial		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Urbanización, cantón Playas, proyecto, Ecuador		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	Este Trabajo está dirigido para la creación de una urbanización en el Cantón Playas, ya que cuenta con una población de 42.000 habitantes de los cuales 34.409 habitantes viven en su cabecera cantonal y en época de playa fácilmente se duplica esa cantidad. Los motivos de la creación de este proyecto es el crecimiento en esta zona, con viviendas media popular de hasta \$40.000 dólares que es el mercado cautivo con el Biess. El proyecto se creará en un Área de 4 hectáreas y se calcula vender 150 casas, se garantiza un rendimiento del 14.95% es decir por cada dólar invertido se tiene 0.14 centavos de beneficio luego de pagar la inversión esto da seguridad de que los inversionistas puedan colocar su capital, recuperándola en unos cinco años.		
ADJUNTO PDF:	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfono: 09509618001	E-mail: victorcemidio@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Econ. Natalia Andrade Moreira		
	Teléfono: 2292491 ext. 108		
	E-mail: natalia.andradem@ug.edu.ec		



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE ECONOMÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN

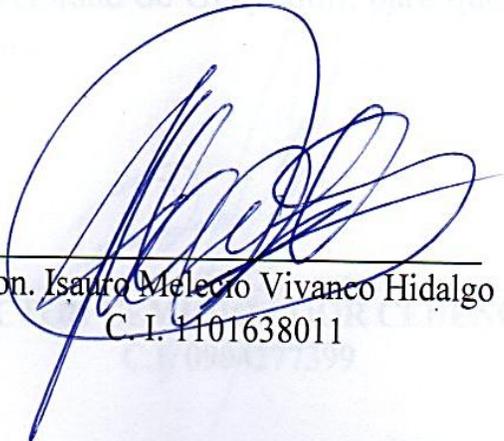
iii



Guayaquil, 26 de agosto de 2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado **Econ. Isauro Melecio Vivanco Hidalgo**, tutor revisor del trabajo de titulación **PROYECTO PARA CREACION DE UNA URBANIZACION EN EL CANTON PLAYAS**, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por el estudiante **VÍCTOR CEMIDIO LOOR CEDEÑO CON C.I. 0904277399**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Economista, en la Carrera Economía/ Facultad de Ciencias Económicas, ha sido **REVISADO** y **APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para la sustentación.


Econ. Isauro Melecio Vivanco Hidalgo
C. I. 1101638011



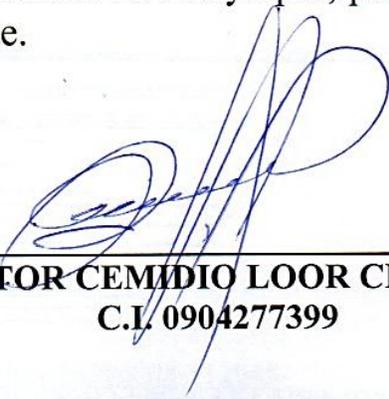
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE ECONOMÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN



iv

LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACACEMICOS

Yo, **VÍCTOR CEMIDIO LOOR CEDEÑO** con C.I. 0904277399 Certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“PROYECTO PARA CREACION DE UNA URBANIZACION EN EL CANTON PLAYAS”** son de mi absoluta propiedad y responsabilidad y según el Art. 114 del Código orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, creatividad e innovación, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga del mismo, como fuera pertinente.



VICTOR CEMIDIO LOOR CEDEÑO
C.I. 0904277399

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE ECONOMÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN

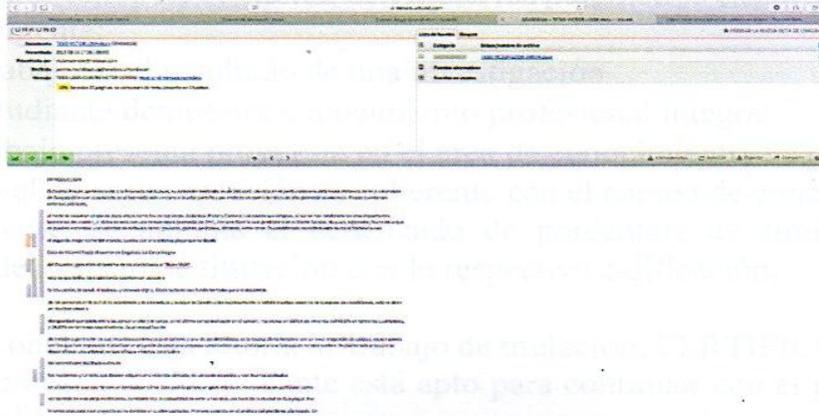


V

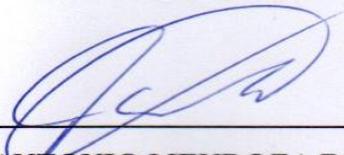
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **JACINTO ANTONIO MENDOZA RODRIGUEZ**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **VÍCTOR CEMIDIO LOOR CEDEÑO CON C.I. 0904277399** con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Economista.

Se informa que el trabajo de titulación: **“PROYECTO PARA CREACION DE UNA URBANIZACION EN EL CANTON PLAYAS”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución, quedando el 10% de coincidencia.



<https://secure.arkund.com/view/53396008-112945-666553#DcuxDslwDEXRf8kclb9H0sb9FcSAKkAZ6NIR8e9cyWfxtb/lc5btpoiKuKKhY8GKgaySQRddNNHE3vxZoJtuuvk3N+bGoyaT9rO+T7ma+6PY3+WLS6R2dIi8Tp693D7/QE=>


ECON. JACINTO ANTONIO MENDOZA RODRIGUEZ. MSc.

CI# 1301738066



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE ECONOMÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN



vi

Guayaquil, 16 de agosto de 2019

ECON. CHRISTIAN WASHBURN HERRERA
DIRECTOR DE CARRERA ECONOMÍA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. –

De mis consideraciones:

Envío a Usted el informe correspondiente a la tutoría realizada al trabajo de titulación **“PROYECTO PARA CREACION DE UNA URBANIZACION EN EL CANTON PLAYAS”** del estudiante **VICTOR CEMIDIO LOOR CEDEÑO**, indicando ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El Trabajo es el resultado de una investigación
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral
- El trabajo presenta propuesta en el área de conocimiento
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, CERTIFICO, para los fines pertinentes, que el estudiante está apto para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,


ECON. JACINTO ANTONIO MENDOZA RODRIGUEZ MSc.

C.C. 1301738066

Dedicatoria

Es grato dedicar este trabajo a mi familia, pilar fundamental en mi desarrollo personal y profesional. Quienes siempre confían en mis soluciones y con su confianza me motivan a ser mejor ser humano.

Las circunstancias adversas han sido mis mejores peldaños; gracias al apoyo de mi familia he logrado mantener el curso de mis acciones hasta llegar a una de las metas trazadas.

Finalmente, dedico también este trabajo a mis profesores, trabajadores de la universidad, compañeros y amigos que han compartido aulas, bibliotecas y salones en general. Cada actividad grupal refuerza eh hecho que los objetivos se logran con trabajo y dedicación.

VICTOR CEMIDIO LOOR CEDEÑO

Agradecimiento

Agradezco a mi familia y amigos, por siempre animarme a seguir adelante, a los profesores, que en su gran mayoría se despojaron de egoísmo y compartieron su conocimiento, técnicas, saberes para simplificar las cosas y que salgan bien. Me enseñaron que menos es más.

Algunos de ellos a pesar de no seguir siendo profesores, mantenemos comunicación y son potenciales colegas en investigaciones y desarrollo de proyectos, no menos importante agradecimiento para todos los colaboradores de la universidad, guardias, conserjes, bibliotecaria, etc. Están ahí para brindarte su ayuda, dentro de lo que les sea posible.

VICTOR CEMIDIO LOOR CEDEÑO

Índice general

Dedicatoria.....	VII
Agradecimiento	VIII
Índice general	IX
Índice de tablas	XII
Índice de anexos	XIV
Introducción.....	1
Capítulo I.....	3
Planteamiento del problema	3
1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2. Formulación de problema	4
1.3. Sistematización de la pregunta de investigación	4
1.4. Pregunta de Investigación	4
1.5. Justificación del Problema	4
1.6. Objetivos de la investigación.....	5
Objetivo general.	5
Objetivos específicos.....	5
Capitulo II.....	6
Marco teórico.....	6
2.1. Teoría de la construcción.....	6
2.2. Estudio de Mercado	7
2.3. Estudio técnico.....	7
2.4. Estudio Organizacional.....	7
2.5. Estudio de marketing	7
2.6. Estudio Financiero	8
2.7. Marco Referencial.....	8
2.7.1 Los alcances del buen vivir como objetivo supremo de Estado ecuatoriano.	8
2.8. Marco Conceptual.....	9

2.9. Marco Legal	9
2.9.1 Constitución del Ecuador.....	9
2.9.2 Constitución de la Compañía.....	10
Capitulo III	13
Estudio de mercado y plan de marketing.....	13
3.1. Estudio de Mercado	13
3.1.1 Análisis de Macro Entorno.....	13
3.1.2 Aspectos Políticos.....	13
3.1.3 Aspectos Económicos.....	13
3.1.3 Aspectos Sociales.....	16
3.1.4 Aspectos Tecnológicos	16
3.2. Análisis de la competencia.....	17
3.3. Constructora Marquinez.....	17
3.4. Refugio del mar.....	17
3.5. Estrategia De Los Competidores	17
3.6. Benchmarking	17
3.7. Objetivos de la investigación de mercado (Clientes).....	18
3.8. Tamaño de Muestra.....	18
3.9. Análisis de datos cualitativos y cuantitativos.	19
3.10. Conclusión:.....	24
Capitulo IV	25
Los resultados	25
4.1. Desarrollo del plan de negocio	25
4.2. Análisis FODA.....	26
4.3. Marketing Mix	27
4.4. El modelo de marketing mix de 4ps y 7 ps	28
4.4.1 Estrategia de Producto.....	28
4.5. Estrategias de Promoción.....	28
4.5.1 Misión	28
4.5.2 Visión.....	28
4.5.3 Logotipo.....	28

4.5.4 Slogan.....	28
4.6. Valores.....	28
4.7. Creación de activos digitales.....	29
4.8. Estrategia de Plaza.....	29
4.9. Distribución.....	30
4.10. Estrategia de precios.....	30
4.11. Presupuesto de Promoción y publicidad.....	32
4.12. Estudio Organizacional.....	32
4.13. Perfil de Cargos.....	33
4.14. Manual de Funciones.....	33
4.15. Costo de la nómina.....	37
4.16. Estudio Técnico.....	38
4.17. Diseño de las viviendas.....	38
4.18. Terrenos.....	39
4.19. Activos.....	40
4.20. Costos por personal capacitado para la construcción y diseño de la Urbanización	
41	
4.21. Contrato de Albañiles.....	42
4.22. Viabilidad Económica.....	43
4.23. Plan de ventas.....	43
4.24. Proyección de Costos.....	49
4.25. Estado de Resultados.....	52
4.26. Punto de Equilibrio.....	53
Conclusiones.....	55
Recomendaciones.....	57
Referencias Bibliográficas.....	58
Anexos.....	60

Índice de tablas

Tabla 1 Muestra de la Población	19
Tabla 2 Genero de los encuestados.....	19
Tabla 3 Edad de los encuestados	20
Tabla 4 Tipo de vivienda	20
Tabla 5 Necesario es la construcción de urbanización	21
Tabla 6 Disposición de adquirir vivienda.....	21
Tabla 7 Gusto de tipo de vivienda	22
Tabla 8 Característica adicionales de viviendas	22
Tabla 9 Forma de pagos de viviendas	23
Tabla 10 Forma de pagos de viviendas	23
Tabla 11 Análisis FODA	26
Tabla 12 Forma de pago de viviendas	31
Tabla 13 Forma de pago de viviendas	31
Tabla 14 Presupuesto de promoción y publicidad.....	32
Tabla 15 Costo de la nomina	37
Tabla 16 Gatos legales y de constitución	38
Tabla 17 Costo de Terrenos.....	39
Tabla 18 Equipos de Oficina	40
Tabla 19 Muebles de Oficina.....	40
<i>Tabla 20</i> Equipos de Computación	40
<i>Tabla 21</i> Servicios Profesionales	41
<i>Tabla 22</i> Licencias adicionales.....	41
<i>Tabla 23</i> Datos para el plan de ventas	44
<i>Tabla 24</i> Datos para el plan de ventas	45
<i>Tabla 25</i> Pronóstico de precio.....	45
<i>Tabla 26</i> Plan de anticipo de clientes 30%	46
<i>Tabla 27</i> Plan de anticipo de clientes 70%	48

<i>Tabla 28</i> Proyección de costos	49
<i>Tabla 29</i> Plan de pagos.....	50
<i>Tabla 30</i> Amortización de prestamos.....	51
<i>Tabla 31</i> Estados de Resultados proyectado	52
<i>Tabla 32</i> Flujo de caja proyectado por 5 años.....	52
<i>Tabla 33</i> Precio y costo de casas	53
<i>Tabla 34</i> Tabla para punto de equilibrio	54

Índice de anexos

<i>Figura 1 Variación trimestral porcentual del PIB general de la construcción.</i>	60
<i>Figura 2 PIB tasa de crecimiento.</i>	60
<i>Figura 3 Evolución del empleo del sector de la construcción.</i>	61
<i>Figura 4 Valor del bono y precio de vivienda.</i>	61
<i>Figura 5 Imágenes de Competencia de Urbanizaciones</i>	62
<i>Figura 6 Promoción de Urbanizaciones</i>	62
<i>Figura 7 Encuesta pregunta género.</i>	62
<i>Figura 8 Encuesta pregunta edad.</i>	63
<i>Figura 9 Construcción de vivienda.</i>	63
<i>Figura 10 Dispuestos a adquirir una vivienda.</i>	64
<i>Figura 11 Tipo de vivienda.</i>	64
<i>Figura 12 Características de Tipo de vivienda.</i>	65
<i>Figura 13 Forma de pago de vivienda.</i>	65
<i>Figura 14 Forma de pago preferida.</i>	66
<i>Figura 15 factores de mercado.</i>	66
<i>Figura 16 Punto de equilibrio.</i>	67
<i>Figura 17 Instalaciones de la empresa.</i>	67
<i>Figura 18 Encuesta.</i>	68



FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA: ECONOMÍA MODALIDAD SEMESTRAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

**“Proyecto Para La Creación de una Urbanización En El
Cantón Playas”**

Autor: Víctor Cemedio Loor Cedeño

Tutor: Econ. Jacinto Mendoza Rodríguez, MSc

Resumen

Este Trabajo está dirigido para la creación de una urbanización en el Cantón Playas, ya que cuenta con una población de 42.000 habitantes de los cuales 34.409 habitantes viven en su cabecera cantonal y en época de playa fácilmente se duplica esa cantidad. Los motivos de la creación de este proyecto es el crecimiento en esta zona, con viviendas media popular de hasta \$40.000 dólares que es el mercado cautivo con el Biess. El proyecto se creará en un Área de 4 hectáreas y se calcula vender 150 casas, se garantiza un rendimiento del 14.95% es decir por cada dólar invertido se tiene 0.14 centavos de beneficio luego de pagar la inversión esto da seguridad de que los inversionistas puedan colocar su capital, recuperándola en unos cinco años.

Palabras Claves: *Urbanización, Cantón Playas, Proyecto, Ecuador.*



FACULTAD: CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA: ECONOMÍA MODALIDAD SEMESTRAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

**"PROJECT FOR THE CREATION OF AN URBANIZATION IN EL
CANTON BEACHES"**

Author: Víctor Cemidio Loor Cedeño

Advisor: Econ. Jacinto Mendoza Rodríguez, MSc

Abstract

This work is aimed at the creation of an urbanization in the Playas Canton, since it has a population of 42,000 inhabitants, of which 34,409 inhabitants live in its cantonal capital and at beach time that number is easily doubled. The reasons for the creation of this project is the growth in this area, with popular average housing of up to \$ 40,000 dollars which is the captive market with the Biess. The project will be created in an Area of 4 hectares and it is calculated to sell 150 houses, a yield of 14.95% is guaranteed, that is to say, for each dollar invested, 0.14 cents of profit is obtained after paying the investment. This gives security that the investors can place its capital, recovering it in about five years.

Keywords: *Urbanization, Beaches Canton, Project, Ecuador*

Introducción

El Cantón playa, se encuentra ubicado en la Provincia del Guaya, su territorio tiene 280 km², está a 96 kilómetros de la capital de la provincia del Guayas, A pesar de su gran distancia entre Guayaquil a Playas, Playas forma parte de la Conurbación de Guayaquil, pues el cantón balneario formó parte del Cantón Guayaquil y tiene fuertes lazos políticos con el cantón metropolitano.

El terreno es plano, al norte se levantan cerros de poca altura como Colorado, Verde, Picón y Cantera. Las costas son extensas, al sur se han localizado los más importantes balnearios del cantón, el clima es relativamente seco con una temperatura promedio de 24°C, con una flora la cual predomina es el Monte Salado, Muyuyo, algarrobo, fauna en la que se pueden encontrar una variedad de avifauna como: gaviotas, garzas, pelicanos, albatros, cucube, entre otros. Es considerado el segundo mejor clima del mundo, por contar con su extensa playa que abarca desde el Puerto de Engabao hasta Data de Villamil.

La Constitución Política de la República del Ecuador, garantiza el derecho de los ciudadanos al “buen vivir”, que involucra el acceso a los servicios elementales de los seres humanos como son: la educación, la salud, el trabajo, el bienestar y una vivienda digna. Estos factores son fundamentales para el desarrollo social, económico o intelectual de las personas, muchas veces no son sencillos de obtener, ya sea por sus condiciones o por la desigualdad que existe en las zonas rurales y urbanas.

En el último censo realizado en el cantón, nos indica un déficit de vivienda del 43,6% en términos cualitativos, y 24,83% en términos cuantitativos.

Su principal fuente de riqueza económica es el turismo y la poca oferta hotelera de calidad, se tiene como proyecto la creación de una empresa dedicada a la construcción de una urbanización en el cantón.

Mediante este proyecto se desea ofrecer una urbanización adecuada para las necesidades de los residentes y visitantes que deseen adquirir una vivienda cómoda, módica y con buenos acabados en la única playa con magnífico clima, temperatura fresca, y agradable de la Provincia. Podría convertirse en gran interés para muchos convertirse en accionistas de este emprendimiento que daría la comodidad de estar a tan solo una hora de la ciudad de Guayaquil.

Por eso se ha dividido este proyecto en algunos capítulos:

Primero; Pocas veces nos detenemos a analizar en detalle en qué consiste el problema que tenemos que resolver, lanzándonos de inmediato a intentar solucionarlo a ciegas. En esta fase de descripción y análisis vamos a explicar el objetivo de nuestro proyecto. Para ello tenemos tres pasos: identificar, definir y fraccionar.

Segundo; Consiste en detectar y analizar fuentes de información, sin una buena fuente de información.

Tercero; Se exponen variables políticas, económicas, sociales, laborales, entre otros. Se va a elaborar un grupo de estrategias de marketing orientadas en promover la comercialización de las casas que se construirán en la urbanización de Playas.

Cuarto; Se realizará una planificación para simplificar la ejecución del trabajo, reducir los tiempos, tener los materiales necesarios a punto, evaluación financiera del proyecto a través de un enlace con la oferta y demanda encontradas, para determinar los flujos de caja esperados y valorarlos a través del cálculo del valor actual neto, tasa interna de retomo y payback. También se pondrá un análisis de sensibilidad y conclusiones al aspecto económico.

Finalmente, las recomendaciones y conclusiones de este negocio.

Capítulo I

Planteamiento del problema

1.1.Planteamiento del problema

A 93 km de Guayaquil se encuentra Playas, el terreno es plano, al norte se levantan cerros de poca altura como Colorado, Verde, Picón y Cantera. Las costas son extensas, al sur se han localizado los más importantes balnearios del cantón. Según el último censo dado por el instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2010) en el Censo Nacional de Población y Vivienda, existe el 70% de los hogares que cuenta con el servicio de agua potable en el sector urbano y el 35% en el sector rural.

En el sector urbano el 60% de viviendas cuenta con el servicio de alcantarillado mientras en el sector rural el método de evacuación utilizado es el de eliminación de excretas.

El 68% de las viviendas tiene acceso a la cobertura de energía eléctrica debido a que existe discontinuidad en la información del sistema de catastro urbano y rural en el cantón. De acuerdo a los datos proporcionados hay un déficit de vivienda cualitativo del 43,69% y cuantitativo del 24,83%.

Realizando un análisis comparativo entre los datos del censo 2001 versus los datos del censo 2010 podemos evidenciar un incremento poblacional en el área rural, éste aumento porcentual es de 14,98 % en el caso de los hombres y de 10,98 % en el caso de las mujeres; si sumamos ambas variaciones tenemos un incremento rural total de 25,96 %. De igual forma en el área urbana se muestra un importante incremento poblacional, así tenemos un aumento del 15,13 % en el caso de los hombres y un 14,92 % en el caso de las mujeres; si sumamos ambas variaciones tenemos un incremento total en el área urbana de 30,05 %. En el cantón Playas éstas cifras reflejan la dinámica actual del cantón, dinámica que ha permitido que en los últimos años se transforme la vocación territorial hacia el comercio y los servicios con un fuerte auge turístico, principalmente.

Aproximadamente la tercera parte de la población total ha incrementado en menos de una década. Aunque no se cuentan con datos exactos del origen de éste fenómeno podemos asumir que entre sus principales causas están el incremento poblacional tanto a nivel urbano como rural, este es el resultado de una alta tasa de natalidad, sumada a la migración interna proveniente de otras partes de la provincia y del país, quienes han visto en el cantón Playas una gran oportunidad para desarrollarse en los ámbitos económico y productivo.

Con el incremento del ámbito económico para los habitantes del cantón pueden adquirir más bienes o servicios, lo que incrementa la posibilidad de que accedan a una vivienda digna en el Sector y con la construcción del puerto de aguas profundas en Posorja, que contribuirá con la generación de 1.800 empleos directos o indirectos, incrementando la demanda de vivienda y su plusvalía, causando una gran expectativa para la venta o alquiler de los bienes inmuebles.

Plantearemos las siguientes preguntas de investigación:

1.2. Formulación de problema

¿Es rentable la puesta en marcha de una empresa que desarrolle un proyecto urbanístico en el cantón Playas?

1.3. Sistematización de la pregunta de investigación

- ¿Cuáles serían las estrategias de mercado para la venta de las viviendas en esta urbanización?
- ¿Cuál es la cantidad de empleados necesarios para empezar la construcción de este proyecto?
- ¿Cuál es el material a utilizar?
- ¿Qué tipo de Socios son necesarios para llevar a cabo este proyecto?

1.4. Pregunta de Investigación

¿Es Factible la construcción de un proyecto urbanístico en el cantón General Villamil Playas?

1.5. Justificación del Problema

La construcción de una Urbanización enfocada en la satisfacción de las necesidades de vivienda en el Cantón Playas de la Provincia del Guayas, que me permitirá demostrar mis capacidades y habilidades contables y financieras desarrolladas a lo largo de mi estudio Universitario.

Este proyecto ha sido realizado para analizar la forma en que se ha dado el incremento poblacional en el Cantón, en los últimos años y su influencia en la falta de vivienda.

El déficit habitacional se refiere a saber, la cantidad de viviendas que faltan para dar satisfacción a las necesidades de los habitantes, a su vez está relacionada con el crecimiento de la población que se puede definir como promedio porcentual anual y el balance de los migrantes que entran y salen de un país.

Esta problemática trae consigo que la ciudadanía requiera una mayor implementación de planes habitacionales privados. Por ello proponemos realizar un estudio de factibilidad para la creación de una urbanización en el Cantón.

Al desarrollar esta idea esperamos beneficiar a la población en general del Cantón Milagro, ya que está dirigido para las familias que deseen adquirir una vivienda propia, cubriendo las expectativas de los clientes ofreciéndoles un servicio integral donde puedan encontrar la ventaja de reducción de tiempos y costos ofreciendo un producto que satisfaga a un grupo de familias, en un ambiente confortable y acogedor contribuyendo a aumentar el porcentaje de hogares con viviendas, la expansión de la ciudad, generando nuevas plazas de trabajo en este sector al absorber una importante fuerza laboral con el fin de incremento de nuestra cartera de clientes que al mismo tiempo nos ayudaría a obtener mayor volumen de ventas ganando participación en el mercado con una viabilidad económica estable.

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio, se tomará en consideración una metodología adecuada e instrumentos como las encuestas, entrevistas, redes sociales que nos ayudarán con resultados útiles para poder determinar un buen desarrollo del proyecto.

1.6. Objetivos de la investigación

Objetivo general.

Elaborar un estudio de factibilidad para poner en marcha una empresa dedicada en el desarrollo de una urbanización en el Cantón General Villamil Playas.

Objetivos específicos

- Elaborar un plan de marketing para promocionar las viviendas de la urbanización.
- Identificar los efectos negativos de los asentamientos habitacionales sin control y su influencia en el déficit habitacional.
- Analizar la situación económica de la Población y de qué manera podría afectar.
- Determinar la viabilidad técnica del proyecto por medio de un plan operativo.

Capítulo II

Marco teórico

2.1. Teoría de la construcción

Desde tiempos inmemorables, los materiales y herramientas de construcción disponibles han determinado o al menos modificado las formas constructivas. La construcción implica las técnicas y la industria que participan en el armado y montaje de estructuras, principalmente los que se utilizan para proporcionar vivienda.

La construcción de edificios es una antigua actividad humana. Se inició con la puramente funcional necesidad de un ambiente controlado para moderar los efectos del clima.

Poco a poco las estructuras más duraderas comenzaron a aparecer, especialmente después del advenimiento de la agricultura, cuando la gente comenzó a quedarse en el mismo sitio durante largos períodos.

La necesidad de refugio lleva a todas las especies animales a buscar un espacio en el que sentirse protegido de las inclemencias meteorológicas y de la amenaza de otras especies depredadoras. La madriguera, el nido, la cueva, la choza son unos de tantos ejemplos de un campo semántico amplio que se multiplicó con la modernidad y que se ha visto corrompido, especialmente en los últimos años, por la influencia de conceptos distantes en sus orígenes como la corrupción urbanística o la especulación.

Refugios fueron construidos, un medio por el cual los seres humanos son capaces de adaptarse a una amplia variedad de climas, los refugios humanos fueron al principio muy simples y tal vez duraban sólo unos pocos días o meses. Con el tiempo, sin embargo, incluso las estructuras temporales se convirtieron en formas muy refinadas.

Es bien conocido que el sector de la construcción es un instrumento de gran relevancia en la política económica, siendo muy reconocida su contribución para acelerar el crecimiento, crear empleo y convertirse en un pilar simultáneo del consumo (en relación a los insumos), inversión (hogares y firmas) y valor agregado. El concepto teórico detrás de estas características que destacan al sector de la construcción como un sector de amplio arrastre sobre la industria y el aparato productivo de las economías fue acuñado por Hirschman (1958) bajo la designación de encadenamientos hacia adelante y hacia atrás (forward and backward linkages).

2.2. Estudio de Mercado

Es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprará un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

2.3. Estudio técnico

Permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

2.4. Estudio Organizacional

Meza O, (2013) indica que el diseño organizacional define la estructura que se requiere dependiendo del tipo y modelo de negocio. Su propósito es determinar la forma de organización según las necesidades ya sean funcionales o presupuestales. El organigrama como herramienta de administración permite conocer los niveles de mando de la empresa, así como las relaciones que se presentan en relación a los diversos puestos de trabajo facilitando los procesos.

2.5. Estudio de marketing

Desde los comienzos del marketing como ciencia de estudio todos han querido realizar la definición de marketing. Es un concepto tan amplio que todos los expertos sacan matices a las definiciones de marketing previas.

Según John A. Howard, Es el Proceso de:

- a) Identificar las necesidades del consumidor
- b) Conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir
- c) Comunicar dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa

- d) Conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor
- e) Comunicar dicha conceptualización al consumidor

2.6. Estudio Financiero

Con el Análisis de viabilidad financiera es posible conocer valores o costos totales que se tendrán que invertir para la puesta en marcha del negocio. Se definen también las fuentes de financiamiento y tiempo de retorno de la inversión una vez que el proyecto sea implementado, adicionalmente se realiza una proyección financiera y se estima el flujo de caja esperado. Es necesario conocer las bases técnicas económicas y comerciales para decidir si se realizará la inversión o no.

2.7. Marco Referencial

2.7.1 Los alcances del buen vivir como objetivo supremo de Estado ecuatoriano. Desde el Preámbulo, los alcances del buen vivir aparecen como objetivo primordial de la nación y condición fundamental para la convivencia ciudadana en la diversidad y la armonía con la naturaleza. Son varios los derechos humanos económicos, sociales y culturales, individuales y colectivos, que están reglamentados en el marco de «los derechos del buen vivir» (Artículos 12 a 34 del Capítulo II), tales como el derecho al agua, a un ambiente sano, al hábitat y a la vivienda, a la cultura y la ciencia, etc. El derecho a la vivienda está inserto en el contexto más amplio del pueblo, la ciudad y el medio ambiente en general, esto es, el de un «hábitat seguro y saludable» tal como lo garantiza el artículo 30 de la Constitución. El ‘régimen del buen vivir’ funciona en base a un sistema – el sistema nacional de inclusión y equidad social – que articula y coordina instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, la garantía y la exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución (Art. 340).

En el ámbito de estas garantías se asegura la judiciabilidad de los derechos constitucionales y de todos los derechos establecidos por las leyes internacionales de derechos humanos (Art. 11.3); el reconocimiento de las distintas formas de ejercitar la democracia directa (Art. 100) y del derecho a resistir a cualquier vulneración de los derechos constitucionales por acción u omisión tanto de parte del poder público como del poder privado (Art. 98).

2.8. Marco Conceptual

Economía: Lionel Robbins dice que: “la economía es la ciencia que se encarga del estudio de la satisfacción de las necesidades humanas mediante bienes que siendo escasos tienen usos alternativos entre los cuales hay que optar”

Vivienda: Tena Núñez (México, 1999) dice que “...la vivienda es un espacio complejo que solo encuentra razón y sentido en el contexto de sus moradores, cuya racionalidad expresa las condiciones históricas de la sociedad y del entorno en el que viven; universo que de una forma u otra modela y determina. En esta forma, la vivienda puede considerarse como un “fenómeno socioespacial” que involucra a otros elementos y factores de orden biológico, histórico, cultural, económico, ideológico y político.

Construcción: En términos muy generales, se denominará construcción a todo aquello que suponga y exija antes de concretarse disponer de un proyecto predeterminado y que se hará uniendo diversos elementos de acuerdo a un orden, porque por ejemplo, a instancias de la gramática, una construcción será el ordenamiento y la disposición que se le dan a las palabras en una frase y que son las que permiten expresar un concepto. Además, el término construcción, algo que no sucede con muchos, es utilizado en diferentes disciplinas, desde las científicas hasta aquellas vinculadas a las humanidades.

Urbanización: WIRTH (1938): “la ciudad es un asentamiento relativamente grande, denso y permanente de individuos socialmente diferentes. En ella se produce mecánica y espontáneamente heterogeneidad, división del trabajo y un modo de vida diferente, opuesto al que se da en las comunidades rurales pequeñas”.

2.9. Marco Legal

2.9.1 Constitución del Ecuador. La creación de nuevos emprendimientos se encuentra amparada bajo la constitución de la Republica en donde se expresa el derecho de los ecuatorianos al trabajo digno, reconociendo aquellas modalidades que impulsen las labores de auto-sustento. Además el Plan Nacional de Desarrollo, (Consejo Nacional de Planificación CNP, 2017) también promueve la inclusión de este tipo de negocios.

Una de las mayores innovaciones introducidas por la Constitución es la prohibición de efectuar desplazamientos arbitrarios (Art. 42), lo que hará de Ecuador un país libre de desalojos. El texto constitucional también garantiza remedios efectivos en los casos en que el desplazamiento forzado se haya hecho efectivo: «Las personas que hayan sido desplazadas

tendrán derecho a recibir protección y asistencia humanitaria emergente de las autoridades, que asegure el acceso a alimentos, alojamiento, vivienda y servicios médicos y sanitarios». Asimismo, se asegura que todas las personas y grupos desplazados tienen derecho a retornar a su lugar de origen de forma voluntaria, segura y digna, en total consonancia con los Principios de Naciones Unidas sobre la Restitución de las Viviendas y el Patrimonio de los Refugiados y las Personas Desplazadas (Principios Pinheiro).

La Constitución reconoce a las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, al pueblo afro ecuatoriano y el pueblo montubio y a las comunas la posesión y la propiedad de sus tierras comunitarias inalienables, inembargables e indivisibles (Art. 57.4), así como el derecho al uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen sobre ellas (Art. 57.6) y el derecho a no ser arbitrariamente desplazados de sus tierras ancestrales (Art. 57.11). A semejanza del Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo, la Constitución establece la obligatoriedad de la consulta previa, libre e informada, dentro de un plazo razonable, sobre planes y programas de prospección, explotación y comercialización de recursos no renovables que se encuentren en sus tierras y que puedan afectarles ambiental o culturalmente. Además, garantiza a estos pueblos el derecho a participar en los beneficios que esos proyectos reporten y a recibir indemnizaciones por los perjuicios les causen.

El derecho a la vivienda está inserto en el contexto más amplio del pueblo, la ciudad y el medio ambiente en general, esto es, el de un «hábitat seguro y saludable» tal como lo garantiza el artículo 30 de la Constitución.

La efectiva implementación de estas garantías y derechos asignados por la Constitución de Ecuador dependen de la superación de los enormes obstáculos económicos, legales, culturales que causaron la exclusión histórica de millones de ecuatorianos y ecuatorianas. Igualmente, dependerán de la participación activa de los ciudadanos en la formulación y gestión de las políticas y recursos públicos.

2.9.2 Constitución de la Compañía. Para realizar el proceso de la constitución de la compañía, el proceso de creación se puede realizar de manera online por medio de la página web: <https://www.supercias.gob.ec/portalscvv/>.

Los siguientes pasos para la constitución de una compañía son:

1. Ingrese al portal web de la Superintendencia de Compañías, valores y Seguros mencionado anteriormente.

2. Seleccione la opción **PORTAL DE CONSTITUCION DE COMPAÑIAS**

3. Seleccione la opción PORTAL DE CONSTITUCION DE COMPAÑIAS.

El sistema lo llevará al menú principal del portal de constitución Electrónica de Compañías. Desde aquí usted podrá registrarse como usuario, reservar una denominación, constituir una compañía y consultar los trámites iniciados.

También podrá acceder a información del proceso, requisitos, tarifas, notarías habilitadas, estadísticas de constitución y tiempos de atención por notario.

4. Si usted no cuenta con un usuario y contraseña, presione la opción 1, **REGISTRARSE COMO USUARIO.**

Ingrese la información requerida y cree su usuario y contraseña. Ver manual https://appscvs.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/cons_elec/MANUAL_USUARIO_CONSTITUCION_ELECTRONICA_USUARIO.pdf

5. Para constituir una compañía o corregir información en la solicitud de constitución, presione la opción 3, **CONSTITUIR UNA COMPAÑÍA**, e ingrese su nombre de usuario y contraseña.

El sistema presentará la bandeja del Sistema de Constitución Electrónica y Desmaterializada, a través de la cual el usuario podrá iniciar procesos de constitución de compañías, realizar seguimiento de sus trámites y corregir tramites de constitución observados por el Notario o Registrador Mercantil.

La bandeja contiene dos secciones: 1) Menú de opciones y 2) Pantalla de trabajo.

6. Ingreso al portal de trámites

7. Clic en “Reserva de Denominación” – “Constitución”

8. Se escoge las opciones acerca de la empresa, decir si será Holding o tenedora de acciones o si participará en cualquier tipo de actividades vinculadas.

9. Se ingresa el domicilio legal y el objetivo económico que motiva la creación de la empresa.

10. Se da clic en la pestaña de verificar para confirmación que ha sido aprobada la denominación escogida.

11. Confirmamos el “Acuerdo de Responsabilidad” y se da clic en reservar.

12. Se ingres nuevamente a la página principal en la opción “Mis Reservas”
13. Se valida el número de reserva y la vigencia de la misma.
14. Ingresar al portal de “Constitución de compañías” con el usuario y contraseña.
15. Se digitan los datos que piden el formulario de solicitud de constitución de compañías y se adjuntan los documentos habilitantes tanto de los accionistas, como de los representantes.
16. Se realiza el pago del trámite en el Banco del Pacifico
17. A través de la notaría seleccionada en el proceso se programa la hora y fecha para la firma de las escrituras y nombramientos.
18. El notario envía la información de manera directa al Registro Mercantil, que se encarga de validar y emitir la razón de inscripción tanto de la escritura como de los nombramientos.
19. Automáticamente genera números de expediente y de forma directa envía la información al SRI, asignando un RUC.
20. El sistema notifica de forma directa la finalización del trámite.

Capítulo III

Estudio de mercado y plan de marketing

3.1. Estudio de Mercado

3.1.1 Análisis de Macro Entorno. Al momento de emprender en un nuevo negocio, es muy importante analizar todas las variables y factores que podrían afectar al desempeño, desenvolvimiento y actividades del negocio. Estas variables y factores, pueden ser oportunidades o amenazas para el mismo.

Como en todo negocio, el conocimiento del entorno macro donde nuestra actividad mercantil se va a desarrollar es sumamente importante ya que conociendo el entorno, podemos tomar ventajas sobre variables positivas los cuales podemos analizarlos como oportunidades que permitan a nuestra empresa desenvolverse de una mejor manera en el mercado; de igual manera debemos conocer e identificar factores negativos que nos permitan prepararnos ante estas posibles amenazas y de una manera anticiparnos y encontrar maneras de prevenirlos.

3.1.2 Aspectos Políticos. Según la Constitución de la República las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y a una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica.

Para el año 2016, por parte del Gobierno Nacional se llevaron a cabo aspectos que desincentivaron la compra de casas, entre los cuales se destacan la puesta en vigencia de salvaguardias que obligaron a incrementar el precio de materiales de importación, la aplicación de una Ley de Plusvalía, que lleva consigo el pago de impuestos conforme el valor de la vivienda se incrementa, para el presidente de la Cámara de Industrias, Producción y Empleo de la ciudad de Cuenca Robalino (2016) indica que estos factores han ahuyentado la inversión, por lo tanto a futuro las empresas no encuentren el financiamiento necesario para cubrir sus proyectos, hasta que la casa sea vendida al cliente.

3.1.3 Aspectos Económicos. El Ecuador viene sintiendo una fuerte presión económica desde hace casi tres años debido a la falta de liquidez y crecimiento económico que se ha dado. El escenario macroeconómico no es el mejor para el 2018 ni para los años posteriores, a menos que se tomen decisiones, más que medidas que recupere la confianza del sector empresarial y se mejore el nivel de inversión en la economía.

La actividad de la construcción es uno de los pilares en los que se sostiene la economía de todo país. Por ello su recuperación, en Ecuador, es importante.

En los 10 últimos años, este sector tuvo importantes tasas de crecimiento, resultado evidente del nivel de desarrollo positivo que se experimentó desde el año 2008 hasta 2014, siendo 2011 el año de mayor crecimiento, con una tasa del 17,6% de su PIB.

No obstante, mantener ese alto nivel de crecimiento fue y aún es complejo, no solamente para el sector, también para la economía en su conjunto. Los elevados niveles de inversión pública y de liquidez en la economía, permitieron que éste y otros sectores crezcan. Su crecimiento ocurrió a la par de mayores recursos públicos. Actualmente el contexto es otro: Ecuador vive con menores ingresos por venta de petróleo y tiene la necesidad de cubrir pagos de deuda.

Con menores recursos públicos tanto para inversión como para inyectar liquidez en la economía, en el periodo 2015-2017 las tasas del sector fueron negativas, lo que llevó a que la variación entre de 2017 frente a 2014 traiga un decrecimiento de -10,51% en el conjunto de la actividad. El sector de la construcción ha presentado una depresión durante los años 2016 y 2017. Si bien 2017 se mantuvo como un año difícil para la construcción, desde el Banco Central se proyectó que en 2018 se revertirá esta tendencia aunque el crecimiento todavía puede ser negativo.

Según cifras de la Cámara de la Industria de la Construcción (Camicon), los primeros tres trimestres de 2017 fueron negativos para el sector, sin embargo, a partir del cuarto trimestre de ese año se vio una leve recuperación, que en el primer trimestre de 2018 llegó a -0,4, esto refleja una mejoría pese a que el crecimiento del sector sigue en negativo.

Entre los factores que ayudaron a que la actividad empiece a tomar estabilidad están la derogación de la Ley de Plusvalía, que creó nuevamente confianza entre constructores y adquirentes; la reciente Ley de Fomento Productivo, cuyo objetivo es reactivar la producción y empleo de los distintos sectores para mantener estable la economía del país; así como la eliminación del anticipo del Impuesto a la Renta en 2019.

Todas estas circunstancias han ayudado a mejorar el desempeño del sector de la construcción, pero la recuperación no es inmediata. La lección es evidente: aplicar medidas que generen mayor confianza en los constructores y en los demandantes. El Gobierno es un actor importante para el desarrollo de este sector, ya que su recuperación también dependerá de las medidas que éste implemente para apoyar a que esta actividad se siga estabilizando y empiece a despuntar de a poco.

A pesar de esta recesión, la construcción es uno de los sectores de mayor importancia en la economía, tanto por lo que produce como por los empleos que genera. Por lo tanto, las medidas que se adopten de aquí al futuro, no solamente afectarán al sector, sino a toda la economía en su conjunto. Se aprecia la figura 1.

La economía ecuatoriana creció al 2,4% en el año 2017 gracias a la liquidez necesaria que existió para mantener el consumo de los hogares y del Gobierno. Sin embargo, este factor generó un aumento en los niveles de deuda del país y, pese al crecimiento, la economía aún mantiene desequilibrios (de precios, fiscal y en la balanza de pagos) que deberán ser corregidos si se quiere regresar a la senda del crecimiento sostenido.

Bajo este panorama, el gremio del sector constructor está comprometido a sumar esfuerzos junto al Estado para salir de la crisis que los afecta desde 2015. Además, apuesta a la innovación y está en busca de nuevos retos que, en los próximos años, llevarán a esta actividad a la recuperación. Se aprecia en la figura 2.

El actual escenario es desafiante desde toda óptica. A pesar del desarrollo, las expectativas de los agentes respecto a la sostenibilidad no son positivas ya que se prevé un ajuste en el corto plazo, que implica reducir los niveles del gasto público. También se necesitan fuentes de financiamiento mientras se equilibran las finanzas públicas.

Urge contemplar medidas a corto plazo que se enfoquen en mantener la actividad de la economía y a su vez, otras a largo plazo que resuelvan los desequilibrios mencionados, lo que hace más compleja la formulación de la política económica –en términos de costo político– respecto a las medidas que se deben implementar. En este marco, el sector de la construcción se desenvuelve en un escenario todavía recesivo, con una tendencia muy leve de recuperación que, aunque lenta, llevaría a la estabilidad en el 2019. Se aprecia la Figura 3.

El sector de la construcción es vital para la economía ecuatoriana, su peso en el PIB es del 11%, genera el 7% del total del empleo de la economía y se constituye como la cuarta industria más importante en cuanto a la generación de empleo. En los últimos 10 años, esta actividad experimentó un 4,5% de crecimiento promedio anual, porcentaje relacionado de manera directa con la inversión pública, el mejoramiento de ingresos y el financiamiento del Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (BIESS).

Sin embargo, desde 2015, el sector presentó una contracción notoria y en 2017 mostró una tasa de variación negativa en su PIB de -5,9%. Para el 2018, todavía se estima un decrecimiento de entre 0 y -2% para este sector que vive una fuerte fase de recesión, pese a que mantiene perspectiva de recuperación para 2019. Para que ello ocurra se necesita que la economía mantenga los mismos niveles de liquidez y acceso a crédito demostrados hasta la fecha.

La eliminación del anticipo del Impuesto a la Renta en 2019, así como la eliminación del Impuesto a la Plusvalía (ocurrido en marzo de este año), pueden llevar a mejorar el desempeño del sector de la construcción y de todos sus actores. No obstante, esta recuperación -como hemos visto- no será inmediata y tomará tiempo ya que los factores macroeconómicos seguirán afectando los niveles de ingreso de los agentes económicos.

En conclusión, este sector debe cuidar sus niveles de costos y realizar inversiones que mejoren su eficiencia operativa, cuidando sus márgenes financieros, en un entorno todavía complejo.

3.1.3 Aspectos Sociales. El bono para adquisición de vivienda es un incentivo económico dirigido a la ciudadanía que entrega el Gobierno Nacional a través del ministerio de desarrollo urbano y vivienda, para financiar la adquisición de una vivienda que forme parte de un proyecto inmobiliario de interés Social aprobado por el MIDUVI.

Pueden postular los ciudadanos ecuatorianos, personas emigrantes, inmigrantes, retornados, refugiados, interesados en adquirir una vivienda en un proyecto inmobiliario de interés social aprobado por el MIDUVI. Se aprecia la figura 4.

El valor del financiamiento y aporte adicional del postulante, está supeditado al valor de la vivienda y la capacidad de pago del núcleo familiar.

3.1.4 Aspectos Tecnológicos. En la actualidad, los municipios están solicitando la construcción de casas con preferencias a materiales antisísmicos, lo que obliga a establecer un estudio previo del terreno, adecuaciones ideales para la construcción, todo esto como antecedentes del terremoto del 16 de abril del 2016, por ello es importante que un emprendimiento como la construcción de viviendas, cuente con implementos tecnológicos y talento humano especializado en terrenos.

3.2. Análisis de la competencia

Existen empresas constructoras que se encuentran radicadas en Playas y llevan a ejecución.

3.3. Constructora Marquinez

“Portón del Mar” ubicada a dos minutos del centro de Playas Villamil, en el Km 3 ½ vía Data, rodeada de naturaleza, comodidades y excelentes vías de acceso, ha sido concebida con los más altos estándares de calidad, seguridad y placer. Ofrece 60 villas, las mismas que se encuentran distribuidas en 3 manzanas, adicional cuenta con un condominio de 6 pisos denominado torres del Portón. Portón del Mar ofrece villas de tres y cuatro dormitorios, departamentos y suites. Se muestra la figura 5.

3.4. Refugio del mar

Ofrece viviendas desde \$58.399 con financiamiento directo con el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

El principal atractivo para la venta de casas es la tranquilidad de la urbanización que representa, incentivando a los compradores adquirir un sitio donde relajarse.

3.5. Estrategia De Los Competidores

Los competidores realizan ciertas estrategias como:

- Convenio con el Banco del Instituto de Seguridad Social BIESS.
- Publicidad en Centro Comercial Mall del Sol
- Manejo de influencers
- Publicidad en redes sociales
- Realizan publicidades por medio de los correos electrónicos

3.6. Benchmarking

- Convenio con instituciones financieras como cooperativa de ahorro y crédito para dar facilidad de adquirir la vivienda.
- Elaboración y envío de mails masivos a bases de datos.
- Colocación de una isla en un centro comercial norte y sur en Playas y Guayaquil.
- Elaboración de Banners publicitarios.
- Manejo de redes Sociales.

3.7. Objetivos de la investigación de mercado (Clientes).

Los objetivos de la investigación de mercados serían:

- ¿Qué Quiere mi cliente? Una vivienda con buen ambiente y espacio cómodo para compartir en familia.
- Determinar la percepción de los adquirientes en cuanto a las viviendas ofertadas.
- Identificar los servicios adicionales brindados por la competencia

3.8. Tamaño de Muestra

En estadística el tamaño de la muestra se le conoce como aquel número determinado de sujetos o cosas que componen la muestra extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población.

El tamaño d una muestra es el número de individuos que contiene.

Una formula muy extendida que orienta sobre el cálculo del tamaño de la muestra para datos globales es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{E^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC (2016) indica que la ciudad de Guayaquil posee 2'644.891 millones de habitantes de los cuales el 49.1% integra la población económicamente activa con empleo adecuado. Esto da como resultado un total de 1'298.641 individuos que serían objeto del estudio en el proyecto. Además, Playas posee 41.9 mil habitantes, de los cuales el 48.9% pertenecen a la población económicamente activa, esto es 20.489 personas. Se aprecia la tabla 1.

Tabla 1 *Muestra de la Población*

Cálculo del tamaño de la muestra de la población	
n= tamaño de la población	2'644.891
z= nivel de confianza	1.96
p= probabilidad del éxito	0.5
q=precisión	0.5
$n = \frac{Z^2 N p q}{E^2 (N - 1) + Z^2 p q}$	384.04

Fuente: Encuestas de Urbanización.

Elaboración: El autor.

CONCLUSIÓN: Se tendría que encuestar a casi 384 personas para poder tener una seguridad del 95%.

3.9. Análisis de datos cualitativos y cuantitativos.

Este apartado tiene como objetivo en detallar situaciones, costumbres y actitudes que predominan en la descripción de fenómenos. Lo que hace este tipo de investigación es predecir hechos e identificar alguna relación entre variables y no solamente se limitan a la recolección de información.

Tabla 2 *Genero de los encuestados*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Femenino	130	34%
Masculino	254	66%
Total	384	100%

Fuente: Encuestas de Urbanización.

Elaboración: El autor.

El total de personas encuestadas han sido 284 residentes de la ciudad de Guayaquil, 130 personas son de sexo femenino y 254 personas son masculino.

- Pregunta 2

Tabla 3 *Edad de los encuestados*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
De 25- 35 años	188	49%
De 36 -40 años	130	34%
De 45 -55 años	66	17%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas de Urbanización.

Elaboración: El autor.

La segunda pregunta corresponde sobre la edad de los encuestados, el 49% fueron de edad comprendidas de 25 a 35 años. El 34% a personas de 36 a 40 años. Y últimamente, el 17% de 45 a 55 años.

- Pregunta 3

¿Actualmente la Vivienda que usted habita es?

Propia____ Alquilada____ Con Familiares____

Tabla 4 *Tipo de vivienda*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Propia	115	30%
Alquilada	101	26%
Con Familiares	168	44%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas de Urbanización.

Elaboración: El autor.

La pregunta 3 los 384 encuestados manifestaron que el tipo de vivienda que le gustaría comprar serían propia con el 30%, alquilada con el 26% u 44% con familiares.

- Pregunta 4

¿Considera necesaria la construcción de una urbanización para mejorar las condiciones de vivienda de la población del Cantón Playas?

Si ___ No__

Tabla 5 *Necesario es la construcción de urbanización*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	326	85%
No	59	15%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas de Urbanización.

Elaboración: El autor.

La pregunta 4 menciona que el 85% cree que sea necesario la construcción de una urbanización, y el 15% dice que no es necesario.

- Pregunta 5

¿Estaría dispuesto a adquirir una vivienda en una urbanización dentro del Cantón Playas?

Si___ No__

Tabla 6 *Disposición de adquirir vivienda*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	350	72%
No	34	28%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas de Urbanización.

Elaboración: El autor.

Sobre la disposición de adquisición de vivienda, el 72% están dispuestos a adquirir viviendas, y el no tienen un porcentaje de 28%.

- Pregunta 6

¿Qué tipo de vivienda le gustaría adquirir?

De una planta ___ Dos plantas___ Es indistinto___

Tabla 7 *Gusto de tipo de vivienda*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
De una planta	195	51%
Dos plantas	14	4%
Es indistinto	175	45%
TOTAL	384	

Fuente: Encuestas de Urbanización.

Elaboración: El autor.

En la tabla 7 se muestra que el gusto por el tipo de vivienda por una planta con el 51%, de gusto indistinto con el 45% y finalmente, el 4% de dos plantas.

- Pregunta 7

¿Qué características adicionales debe tener la vivienda en la playa?

Al pie del mar___ Con cisterna_ buenas acabados___ Patio Grande___

Tabla 8 *Característica adicionales de viviendas*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Al pie del mar	310	81%
Con cisterna	25	6%
Buenos Acabados	29	8%
Patio Grande	20	5%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas de Urbanización.

Elaboración: El autor.

- Pregunta 8

¿De qué manera te gustaría pagar tu vivienda?

Crédito Directo ____ BIESS ____ Institución Financiera ____

Tabla 9 *Forma de pagos de viviendas*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Crédito Directo	140	36%
BIESS	134	35%
Institución Financiera	110	29%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuestas de Urbanización.

Elaboración: El autor.

Las formas de pago e viviendas por lo general lo hacen mediante de crédito directo con el 36% y en segundo lugar lo obtiene mediante el BIESS.

- Pregunta 9

¿Cómo pagaría la entrada de la vivienda?

Crédito Directo ____ Tarjeta de Crédito ____ Institución Financiera ____

Tabla 10 *Forma de pagos de viviendas*

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Crédito Directo	147	38%
Tarjeta de Crédito	85	22%
Institución Financiera	153	40%

TOTAL	384	100%
--------------	-----	------

Fuente: Encuestas de Urbanización.

Elaboración: El autor.

La forma de pago para la adquisición de viviendas menciona que con un 40% lo hacen mediante una institución financiera, en segundo lugar lo hacen con crédito directo con 38% y finalmente, con tarjeta de crédito el 22%.

3.10. Conclusión:

Con la Encuesta realizada tenemos un resultado del 81% de personas que desean una vivienda al pie del mar, luego tenemos un 36% que estarían dispuestos a pagar a Crédito Directo o con ayuda de una institución financiera a la entrada de la vivienda. Entonces nuestro proyecto estaría enfocado en estas características principales que la mayor parte de la población ha respondido de la encuesta.

Capítulo IV

Los resultados

4.1.Desarrollo del plan de negocio

Un plan de negocios son las estrategias que se van a utilizar para alcanzar dichos objetivos, el proceso productivo, la inversión requerida y la rentabilidad esperada.

Para el presente plan de negocios, la idea de crear una urbanización para su posterior venta de casas, significa que la compañía tenga de disponer de un inventario antes de la venta del bien inmueble, un equipo especializado que lleve a cabo la construcción y un equipo de ventas lo suficientemente experimentado para cerrar una negociación sin importar la presencia del bien, además de evitar que dichos costos y gastos superen los ingresos esperados en la venta de las casas.

Una [estructura común](#) que incluye todas las partes que debería tener un plan de negocios, es la siguiente:

Resumen ejecutivo: el resumen ejecutivo es un resumen de las demás partes del plan de negocios, que incluye una breve descripción del negocio, las razones que justifican su puesta en marcha, el equipo de trabajo, la inversión requerida y la rentabilidad del proyecto.

Definición del negocio: en la definición del negocio se describe el negocio y los productos o servicios que se van a ofrecer, los objetivos del negocio y las estrategias que permitirán alcanzar dichos objetivos, y se indican los datos básicos del negocio, tales como el nombre y la ubicación.

Estudio de mercado: en el estudio de mercado se describen las principales características del público objetivo y la futura competencia, y se desarrolla el pronóstico de la demanda y el plan de comercialización.

Estudio técnico: en el estudio técnico se describen los requerimientos físicos necesarios para el funcionamiento del negocio, el proceso productivo, la infraestructura y el tamaño del local, la capacidad de producción y la disposición de planta.

Organización: en la organización se describe la estructura jurídica y orgánica del negocio, las áreas o departamentos, los cargos y funciones, el requerimiento de personal, los gastos de personal y los sistemas de información.

Estudio de la inversión y financiamiento: en esta parte se señala la inversión que se va a requerir para poner en marcha el negocio y hacerlo funcionar durante el primer ciclo productivo, y el financiamiento externo que se va a buscar si fuera el caso.

Estudio de los ingresos y egresos: en esta parte se desarrollan las proyecciones de los ingresos y egresos del negocio, incluyendo el presupuesto de ventas, el presupuesto de efectivo o flujo de caja proyectado, y el presupuesto operativo o estado de ganancias y pérdidas proyectado.

Evaluación del proyecto: por último, en esta parte se desarrolla la evaluación financiera del futuro negocio, la cual incluye el cálculo del periodo de recuperación de la inversión y los resultados de los indicadores de rentabilidad utilizados.

Un plan de negocios sirve como guía para poner en marcha y posteriormente administrar un negocio, al fungir de instrumento de planeación, organización, coordinación y control y evaluación.

Éste sirve principalmente como instrumento de planeación ya que nos permite planificar el uso de recursos, estrategias y cursos de acción o pasos a seguir, y así ser más eficientes en la puesta en marcha y posterior gestión del negocio, reducir la incertidumbre y minimizar el riesgo.

4.2. Análisis FODA

Para la operatividad de venta en nuestra compañía se realiza el análisis FODA que se refiere a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto urbanístico:

Tabla 11 *Análisis FODA*

FODA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Es una urbanización privada ✓ Seguridad Privada ✓ Tendrá áreas deportivas ✓ Buena Calidad en los materiales de las viviendas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aceptación de los modelos de vivienda en el mercado. ✓ Precios razonables para los clientes ✓ Playas en un sector en desarrollo ✓ Publicidad mediante redes sociales ✓ Promoción del sector de la construcción.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Presupuesto limitado ✓ Falta de inversionistas ✓ Personal no calificado ✓ Falta de experiencia en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inestabilidad económica ✓ Acceso restringido para acceder a créditos en las instituciones financieras ✓ Publicidad agresiva de la competencia.

Fuente: Manual Urbanístico

Elaboración: El autor.

4.3. Marketing Mix

El marketing mix es un análisis de estrategia de aspecto interno y desarrollado comúnmente por las empresas. Se tienen en cuenta cuatro variables principales del negocio: producto, precio, distribución y promoción.

El objetivo de aplicar este análisis es conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior. Una manera de empezar es realizando un estudio de mercado.

Esta estrategia es también conocida como las "4Ps", dado que en su origen anglosajón se conoce como: price (precio), product (producto), place (distribución) y promotion (promoción).

PRECIO: En esta variable se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa lo ofrece en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos.

Al ajustar el precio el conjunto de la estrategia de marketing se verá afectada, al igual que la demanda del producto. Es lo que se conoce como elasticidad precio de la demanda.

PRODUCTO: Esta variable engloba tanto el producto (core product) en sí que satisface una determinada necesidad, como todos aquellos elementos/servicios suplementarios a ese producto en sí. Estos elementos pueden ser: embalaje, atención al cliente, garantía, etc.

La empresa deberá identificar también el ciclo de vida del producto para estimular la demanda cuando ésta decrece. Hay que destacar que cuando se habla de productos se engloban aquellos tangibles e intangibles, como los servicios.

DISTRIBUCION: En esta variable se analizan los canales que atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor. Además, podemos hablar también del almacenaje, de los puntos de venta, la relación con los intermediarios, el poder de los mismos, etc.

PROMOCION: La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas, la localización del producto, etc.

4.4.El modelo de marketing mix de 4ps y 7 ps

Por lo general, la estrategia de marketing mix se asocia a 4Ps. Sin embargo, cuando se trata de servicios en vez de productos es común ver un modelo de 7Ps.

Además de las 4 Ps originales de precio, producto, distribución y promoción, se añaden gente (people), proceso (process) y evidencia física (physical evidence).

El primero de estos aspectos, la gente, responde a factores como los empleados y la cultura de la empresa. Los empleados y su cultura determinarán el servicio a prestar.

Por otro lado, el proceso sirve para identificar cómo se consume o aprovecha el servicio, además de comprobar si el proceso de prestación de servicios se adapta a la empresa para poder maximizar el beneficio.

Finalmente, está la evidencia física. Todos los servicios tienen elementos físicos incluso cuando son intangibles. Desde archivos digitales a documentos en papel, como por ejemplo las facturas, todo servicio incluye una parte física.

4.4.1 Estrategia de Producto. Dentro de las estrategias de producto, se puede mencionar que en la urbanización se construirán casas de tipo vacacional, de una planta.

4.5.Estrategias de Promoción

4.5.1 Misión. Ofrecer al cliente casas con espacios cómodos para que puedan vivir o vacacionar en el Cantón Playas.

4.5.2 Visión. Consolidar a Urbanizaciones como líderes en construcción del cantón

4.5.3 Logotipo. Para que se conozca esta constructora denominada “Constructora Hermanos Loor” se ha diseñado una imagen corporativa, con la que se realizará la publicidad en redes sociales:

“Constructora HERMANOS LOOR”

4.5.4 Slogan. El eslogan a manejar será

El eslogan a manejar será:

“Tu decisión, tu casa”

4.6.Valores

PUNTUALIDAD: Será importante destacar la precisión en los tiempos de ejecución y entrega de la obra.

RESPONSABILIDAD: Siendo referentes en la entrega y cumplimiento de los plazos pactados con el cliente, proveedores y personal interno.

TRANSPARENCIA: En cada paso a dar, para que el cliente se encuentre seguro de que es una adecuada inversión contar con una casa propia.

SATISFACCIÓN AL CLIENTE: Se espera que la calidad de las viviendas sea del agrado del cliente.

4.7.Creación de activos digitales

Se creará una página publicitaria de la empresa en Facebook para así poder llegar al público. Se tendrá que invertir un valor de \$600 trimestral para este sitio, se ha elaborado un logotipo y una portada de lo que sería esta urbanización.

La creación de la red social Instagram, servirá para posicionar a la marca de la constructora y el proyecto urbanístico por medio de la utilización de hashtags, identificados con el numeral. Con frases como #DisfrutadetucasaenPlayas, #Tuvidafrentealmar, #Vacacionesconelmejorambiente #Elmarcomoloquieresver #constructora, se identificará en las búsquedas a la entidad. El costo de la inversión será de \$500 trimestral.

El uso de hashtags es clave para el éxito de la publicidad en el sitio, ya que se encuentra vinculada con Facebook, por lo que es importante segmentar adecuadamente la población que se desea seleccionar para que reciba el mensaje. Las publicaciones de este sitio, le permitirá al comprador ver las fotografías de la casa modelo, que incluye una decoración y ubicación de la línea blanca, así como la distribución de las habitaciones y una sugerencia de colores que se pueden utilizar para la pintura de la vivienda.

Se creará un sitio web en el cual se publicarán pequeñas noticias relacionadas al tema de la construcción, promociones y los modelos de las viviendas, nuestros números de teléfono para que nos puedan contactar o por correo electrónico para más detalles de la venta, para lo que se ha presupuestado un valor de \$1200,00

Para el envío de correos masivos, es necesaria la compra de una base de datos de correos electrónicos e información comercial de los clientes potenciales, se ha presupuestado un valor de \$ 800,00.

4.8.Estrategia de Plaza

El terreno se encuentra ubicado en el cantón Playas a 1.100 metros del paseo Shopping, está cerca a la vía principal. Tiene como potencialidad que se está construyendo el puerto de aguas profundas lo que generará una gran demanda comercial laboral.

Este puerto, estará empatado con la vía que irá desde el nuevo aeropuerto de Guayaquil, que a su vez se conectará a una vía perimetral que estaría ubicada cerca de Socio Vivienda.

Se realizarán varias estrategias para vender como:

- Visitas puerta a puerta para volanteo en el sector norte y sur de Guayaquil.
- Campañas en el territorio, con la presencia de banners, stands y productos promocionales como bolsos, esferos entre otras cosas.
- Generación de contenido gratuito para revistas especializadas en construcción que permitan promover la marca de la constructora y la urbanización.

El presupuesto asignado para estas actividades es de \$2000,00.

4.9.Distribución

- Proveedores:

Entidades financieras, ya sean estas públicas o privadas.

El Sr. Eduardo Moreira, maestro albañil profesional que cuenta con un grupo de diez personas que son auxiliares en construcción.

- La Empresa: La Urbanización “Constructora Hermanos Loor ”
- Los clientes: Personas de la población económicamente activa de la ciudad de Guayaquil y Playas, que deseen adquirir una vivienda propia.

4.10. Estrategia de precios

En cuanto al precio, el Sr. Eduardo Moreira que es el proveedor de mano de obra y materiales es el encargado de conseguir los recursos físicos necesarios y auxiliares de albañilería para la construcción de las viviendas y la urbanización, el supervisor de la obra que se contrata de planta, tendrá la responsabilidad de cuidar que se adquieran y coloquen los suministros de mayor calidad para asegurar el producto que se entregará a los clientes.

Con la información recopilada en la encuesta se puede indicar que el mercado existe, es posible que dentro del terreno adquirido se construyan cerca de 250 unidades habitacionales, en cuanto etapas que se desarrollarán escalonadamente. El precio aproximado de construcción por metro cuadrado con acabados sencillos es de \$250 el metro cuadrado y de urbanización el metro cuadrado aproximadamente \$50,00.

Se realizará el proyecto de manera privada, con un precio de venta al público de la vivienda de \$40.000 dólares con un precio promedio, lo que es una ventaja por la normativa en la banca

que incentiva el crédito para vivienda con una tasa preferencial y que cubre entre \$70.000 y \$80.000 dólares aproximadamente.

El cliente podrá separar su casa con un abono de \$1,000.00 dólares. La Entrada corresponde al %30 del valor total y puede ser cancelada de contado o diferirla con crédito directo a la institución hasta 36 meses sin intereses. La diferencia por la compra de la vivienda deberá cancelarse de las siguientes formas:

- De contacto
- Con Tarjeta de Crédito
- Por medio de Instituciones Financieras
- EL BIESS

Se entregará el bien una vez sea cancelada en su totalidad. La forma de pago de la vivienda quedaría de la siguiente manera:

Forma de Pago de la vivienda en “CONSTRUCTORA HERMANOS LOOR”

Tabla 12 *Forma de pago de viviendas*

Forma de pago	Valor
precio de la vivienda	\$40.000,00
menos	
reserva	\$1.000,00
30% entrada	\$11.700,00
70% créditos	\$27.300

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

Para el cliente, la cancelación de la entrada será la siguiente manera:

Tabla 13 *Forma de pago de viviendas*

DETALLE	12 MESES	24 MESES	36 MESES
----------------	-----------------	-----------------	-----------------

30% Entrada	\$ 975,00	\$487,50	\$325,00
--------------------	-----------	----------	----------

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

4.11. Presupuesto de Promoción y publicidad

Tabla 14 *Presupuesto de promoción y publicidad*

ACCIONES DE PROMOCION	PRESUPUESTO ANUAL
Creación de Logo	\$800,00
Facebook	\$3.000,00
Twitter	\$1.990,00
Instagram	\$2.000,00
Sitio web	\$1.500,00
TOTAL	

Fuente: Valores referenciales.

Elaboración: el autor.

4.12. Estudio Organizacional

Hermanos Loor será una constructora que tendrá dentro de su nómina a doce personas, divididas en áreas como:

- ✓ Gerencia
- ✓ Administración
- ✓ Construcciones

- ✓ Marketing y Ventas

4.13. Perfil de Cargos

- ✓ Gerente General
- ✓ Jefe Administrativo
- ✓ Jefe técnico
- ✓ Jefe de Marketing
- ✓ Secretaria
- ✓ Asistente de Marketing
- ✓ Contador
- ✓ Guardia 1
- ✓ Guardia 2
- ✓ Guardia 3
- ✓ Supervisor de obra
- ✓ Vendedor 1
- ✓ Vendedor 2

4.14. Manual de Funciones

- ✓ **Gerente General**

Funciones Generales:

▪ Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.

- ✓ **Funciones específicas:**

▪ Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.

▪ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.

▪ Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.

▪ Coordinar con el Ejecutivo de Venta y la Secretaria las reuniones, aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.

- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.

- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

- Realizar cálculos matemáticos, algebraicos y financieros.

- Deducir o concluir los análisis efectuados anteriormente.

✓ **Jefe Administrativo Financiero**

Funciones Generales:

- Encargado de manejar las áreas administrativas y Financieras, presupuestos, obtención de permisos, emisión de los estados financieros.

Funciones Específicas:

- Diseñar, instaurar y controlar las estrategias financieras de la empresa.

- Coordinar las tareas de contabilidad, tesorería, auditora interna y análisis financiero.

- Realizar y mantener negociaciones con las entidades financieras y otros proveedores.

- Optimizar los recursos económicos y financieros necesarios para conseguir los objetivos planteados.

- Analizar, definir y dirigir las inversiones de la empresa.

✓ **Jefe Técnico y de Construcciones**

Funciones Generales:

- Se encarga del control del personal de la obra, la supervisión técnica, interviene en la obtención de los permisos relacionados a su área, reporta sobre los avances de la construcción.

Funciones específica:

- Gestionar los contratos y obtener los distintos permisos y licencias que sean requeridos.

- Elaborar y entregar estimaciones presupuestarias para cada proyecto y hacerle seguimiento a los recursos que sean designados durante su ejecución.

- Planificar y fijar los tiempos de gestión y las fases de la construcción y hacer seguimiento de los avances, para determinar que hayan sido realizados según el cronograma establecido

- Garantizar que los requerimientos del proyecto sean cumplidos y que las distintas metas sean logradas.

- Formar, dirigir y poner en marcha a un equipo de empleados eficiente.

✓ **Jefe de Marketing y Ventas**

Funciones Generales:

- Analizar y desarrollar las mejores estrategias para promocionar la casa de la urbanización, atiende reclamos, quejas inquietudes de los clientes, trabaja en conjunto con las entidades financieras.

Funciones Específicas:

- Diseñar e implementar el plan de Marketing de la organización.
- Definir las estrategias de marketing para la oferta de productos o servicios.
- Planificar, elaborar y gestionar el presupuesto del departamento, bajo unos estándares de eficiencia y optimización de recursos.
- Analizar las acciones del departamento evaluar y controlar los resultados de las mismas.
- Dirigir y liderar el equipo de trabajo.

✓ **Secretaria**

Funciones Generales:

- Responsable de la agenda y asistencia del Gerente, administra la información de los compradores.

Funciones específica:

- Recibir llamadas entrantes
- Recibir correspondencia
- Realizar la consolidación de la información de otros departamentos
- Maneja la agenda y compromisos del Gerente.

✓ **Asistente de Marketing**

Funciones Generales:

- Se encarga del manejo y publicidad en medios digitales para la promoción de las casas.

Funciones específicas:

- Se ocupa de analizar e investigar el mercado y desarrollo de planes de marketing
- Aporta datos e información relevante para el desarrollo de nuevas campañas de marketing
- Se encarga de Elaborar informes y proyectar estadísticas

- Tiene la responsabilidad de organizar conferencias, reuniones y eventos, para lo cual debe llevar a cabo, todas las tareas que este tipo de actividad implica.

✓ **Contador**

Funciones Generales:

- Elabora los estados financieros, con validez y veracidad, a fin de que la Gerencia tome decisiones de manera oportuna

Funciones específica:

- Crear estados financieros, informes resumidos sobre el uso de los fondos de la empresa y la situación en la que esta se encuentra.

- Revisa y verifica los documentos contables, que contribuyen a reforzar la credibilidad de la información financiera.

- Declarar impuestos ante la administración tributaria.

- Prepara las nóminas en donde se registran los días trabajados, así como los sueldos percibidos por los trabajadores.

✓ **Guardias**

Funciones Generales:

- Garantizar la seguridad de la urbanización

Funciones Específicas:

- Promover las buenas prácticas de cultura(Saludo, despedida y trato cordial)

- Velar por la integridad y seguridad de los residentes y visitantes

- Informar novedades a la Jefatura Administrativa

✓ **Supervisor de obra**

Funciones Generales:

- Elabora los cronogramas de tiempo de ejecución y entrega de las obras en coordinación con el personal externo

Funciones Específicas:

- Elaborar un reporte de novedades sobre el uso de los materiales

- Cumplir con las normas de seguridad laboral

- Determinar defectos en la construcción de las viviendas

✓ **Vendedores**

Funciones Generales:

▪ Encargados de la venta de las viviendas en diferentes zonas, aplican las estrategias desarrolladas por el jefe de Marketing y Ventas.

Funciones Específicas:

- Asesoran al cliente en el trámite para la adquisición de la vivienda
- Reportan las ventas del mes a la Jefatura
- Muestran al cliente la villa modelo
- Cumplen con los presupuestos de venta.

4.15. Costo de la nómina

De acuerdo a lo expuesto en los puntos anteriores se ha definido la nómina de la urbanización de la siguiente manera:

Tabla 15 *Costo de la nomina*

Cargo	Sueldo	Aporte Patronal	10mo Tercer Sueldo	10mo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondos De Reserva	Nómina Mensual	Nomina Anual
Gerente General	\$1500,00	\$167,25	\$125,00	\$32,83	\$62,5	\$124,95	\$2012,53	\$24.150,36
Jefe Administrativo	\$1000,00	\$111,5	\$83,33	\$32,83	\$41,66	\$83,33	\$1352,65	\$16.231,80
Jefe Técnico de construcciones	\$1100,00	\$122,65	\$91,66	\$32,83	\$45,83	\$91,63	\$1484,60	\$17.815,20
Jefe de Marketing y Ventas	\$1100,00	\$122,65	\$91,66	\$32,83	\$45,83	\$91,63	\$1484,60	\$17.815,20
Secretaria	\$500,00	\$55,75	\$41,66	\$32,83	\$20,83	\$41,65	\$692,72	\$8.312,64
Asistente de Marketing	\$600,00	\$66,90	\$50,00	\$32,83	\$25,00	\$49,98	\$824,71	\$9896,52
Seguridad1	\$394,00	\$43,93	\$32,83	\$32,83	\$16,41	\$32,82	\$552,82	\$6.633,84
Seguridad2	\$394,00	\$43,93	\$32,83	\$32,83	\$16,41	\$32,82	\$552,82	\$6.633,84
Supervisor de obra	\$850,00	\$94,78	\$70,83	\$32,83	\$35,42	\$70,80	\$1154,66	\$13.855,92
Contador	\$750,00	\$83,62	\$62,50	\$32,83	\$31,25	\$62,48	\$1022,68	\$12.272,16
Vendedor 1	\$394,00	\$43,93	\$32,83	\$32,83	\$16,41	\$32,82	\$552,82	\$6.633,84
Vendedor 2	\$394,00	\$43,93	\$32,83	\$32,83	\$16,41	\$32,82	\$552,82	\$6.633,84
TOTAL	\$8.976,00	\$1000,87	\$747,96	\$393,96	\$373,96	\$747,73	\$12.240,43	\$146.885,16

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

4.16. Estudio Técnico

Una vez que se procede con la constitución de la empresa, es necesario obtener los permisos correspondientes, cada uno de ellos tiene un costo estimado de acuerdo a la actividad y espacio de la entidad, los que se muestran a continuación:

Tabla 16 *Gastos legales y de constitución*

GASTOS LEGALES Y DE CONSTITUCION	VALOR
Constitución de la compañía	\$ 440,00
Capital aportado en efectivo	\$ 750,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	\$ 1.000,00
Gastos Municipales	\$ 2.000,00
Catastros	\$ 2.000,00
Varios (copias, certificados, Notarizaciones)	\$ 350,00
TOTAL	\$6540,00

Fuente: Valores referenciales.

Elaboración: el autor.

4.17. Diseño de las viviendas

La Urbanización “Bella Sirena” ofrecerá a sus clientes un plan habitacional de 150 viviendas con patios amplios, con seguridad 24/7, áreas verdes, comunitarias y servicios básicos. La villa de una planta denominada “Paraíso Sirena” tendrá:

- ✓ Una Habitación con Baño incluido
- ✓ Dos dormitorios adicionales sin baño
- ✓ 1 baño General
- ✓ Sala
- ✓ Comedor

- ✓ Cocina
- ✓ Parqueadero
- ✓ Lavandería

Las especificaciones técnicas de las viviendas son:

- ✓ Lotes
- ✓ Área construida:
- ✓ Estructura de la vivienda:
- ✓ Paredes:
- ✓ Pinturas:
- ✓ Fachada:
- ✓ Pisos:
- ✓ Tumbado
- ✓ Puertas:
- ✓ Ventanas:
- ✓ Cubierta:
- ✓ Baños:
- ✓ Cocina:
- ✓ Patio:
- ✓ Comunicación:

4.18. Terrenos

En el inventario se considerará el terreno adquirido para la construcción de la urbanización, cuyo costo es de \$400.000,00

Tabla 17 *Costo de Terrenos*

Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Terreno	40.000 m ²	\$10,00	\$400.000,00
Totales		\$10,00	\$400.000,00

Fuente: Valores referenciales.

Elaboración: el autor.

4.19. Activos

Para la atención al cliente es necesaria la implementación de una oficina, la misma que se ubicará en la ciudad de Guayaquil. Los activos para equiparla son:

Tabla 18 *Equipos de Oficina*

EQUIPOS DE OFICINA	COSTO
Aire Acondicionado	\$300,00
Microondas	\$150,00
TOTALES	\$450,00

Fuente: Valores referenciales.

Elaboración: el autor.

Tabla 19 *Muebles de Oficina*

MUEBLES DE OFICINA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Sillas	10	\$40,00	\$400,00
Escritorios	10	\$150,00	\$1.500,00
Totales	20	\$190,00	\$1900,00

Fuente: Valores referenciales.

Elaboración: el autor.

Tabla 20 *Equipos de Computación*

EQUIPOS DE COMPUTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadoras	10	\$600,00	\$6000,00

Impresoras	1	\$800,00	\$800,00
Celulares	4	\$60,00	\$240,00
Teléfono	1	\$75,00	\$75,00
TOTALES		\$1535,00	\$7115,00

Fuente: Valores referenciales.

Elaboración: el autor.

4.20. Costos por personal capacitado para la construcción y diseño de la Urbanización

Tabla 21 Servicios Profesionales

Personal	Honorarios
Ing. Civil	3.000,00
Diseñador	3.500,00
Abogado	2.000,00
Arquitecto	1500,00

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

Tabla 22 Licencias adicionales

Concepto	Costos
Estudio Pluvial	1.500,00
Estudio Agua Potable	3.500,00
Estudio de suelo	2.000,00
Estudio Alcantarillado	1.500,00

Levantamiento topográfico	850,00
---------------------------	--------

Impacto Ambiental	2.000,00
-------------------	----------

Fuente: Valores referenciales.

Elaboración: el autor.

4.21. Contrato de Albañiles

Se contratará al grupo de Albañiles del Sr. Eduardo Moreira, que tiene experiencia en construcción de urbanizaciones. Todo se realizará de acuerdo a los planos especificados por la constructora.

El proceso para la construcción de las viviendas en esta urbanización es:

1. Elección del Terreno: No todos los terrenos son adecuados para la construcción, un topógrafo es habitualmente el encargado de decir si un terreno es apto para construir en él.
2. Limpieza y explanación del terreno: En este paso se eliminan los árboles, malezas, rocas y otros obstáculos que puedan dificultar la construcción.
3. Excavación: Una vez limpio el terreno, hay que excavar el agujero donde van a ir los cimientos.
4. Cimentación: Los cimientos son la parte del edificio que queda enterrada y sostiene toda la construcción.
5. Fundición: La fundación es la pared sobre la que descansa el primer piso.
6. Esqueleto de la casa: Se construyen los suelos, las paredes y los techos. Lo que se conoce como la cascara de la casa. Se instalan también las puertas y ventanas exteriores.
7. Plomería completa, eléctrica y de climatización: Una vez que la cascara está acabada, los contratistas eléctricos y de fontanería empiezan a introducir los tubos y cables a través de las paredes interiores, techos y suelos. Se instalan las líneas de alcantarillado y rejillas de ventilación, así como las líneas de suministros de agua.
8. Acabados: Se llevan a cabo los acabados interiores y exteriores. Por ejemplo, se instalan puertas interiores, marcos de las ventanas, modulares y otros elementos decorativos.

9. Final de Obra: Todos los implicados en la construcción se reúnen para comprobar que la casa está en perfectas condiciones y cumple con todas las normativas.

Aunque los pasos a seguir para la construcción de la casa se cuentan rápido, en la práctica el proceso dura bastante.

4.22. Viabilidad Económica

El estudio de la viabilidad económica no es otra cosa que la evaluación del proyecto. En esta parte se calcula la rentabilidad del proyecto. Para ello, se utilizan diversos indicadores, los más usados son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), también se puede usar la razón Beneficio Costo (B/C), indicadores de Costo Efectividad o de Período de Recuperación de la Inversión.

En este estudio se debe evaluar económicamente todas las opciones encontradas en los estudios anteriores. Es necesario analizar todas las alternativas que resulten de combinar las diversas opciones técnicas, financieras, de gestión y de mercado encontradas en los respectivos estudios de viabilidad. A veces una opción técnica que fue desechada en el correspondiente estudio de viabilidad, puede resultar conveniente al hacer un análisis integrando opciones de gestión, de mercado, legales y financieras.

En esta parte se ordenan los ítems de inversiones:

1. Ingresos de operación
2. Costos de operación
3. Impuestos
4. Depreciación

Con estos ítems se construyen los flujos netos de ingresos futuros, que son el insumo básico utilizado en la evaluación económica del proyecto.

4.23. Plan de ventas

Podríamos definir un plan estratégico de ventas como el documento donde se plantean el conjunto de estrategias y tácticas a implementar por la fuerza de ventas de una empresa con el fin de conseguir sus objetivos comerciales. En este sentido, uno de los elementos clave es la estimación adecuada de las previsiones generales de ventas, partiendo del potencial de mercado que se podrá conseguir, así como de los recursos económicos, técnicos y humanos de la organización.

No obstante, a la hora de definir un plan de acción de ventas es importante considerar que existen distintas tipologías en función de diversos factores, como por ejemplo:

- ✓ **Tiempo:** Plan a corto, medio o largo plazo.
- ✓ **Datos:** Subjetivos, estadísticas o económicos.
- ✓ **Objetivos:** De gestión, de tendencia o estructurales
- ✓ **Producto:** Nuevo o preexistente
- ✓ **Amplitud:** centrado en un producto, una categoría de producto o más categorías.

Por lo tanto se estima que el pronóstico de venta está en función a la capacidad instalada y los precios de referencia de las casas están acordes a la oferta y demanda del mercado de bienes inmuebles de Playas, lugar donde se lleva a cabo la construcción.

Tabla 23 Datos para el plan de ventas

Datos para el plan de ventas	
Incremento en el precio	%
Precio	\$40.000,00
Tiempo de construcción	3 Meses

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

En cuanto al precio, se estima que el mismo se incrementa de manera Anual en % valor referencial tomado de las últimas estadísticas de variaciones de inmuebles en dicha localidad, además aspirando que Playas se convierta en un destino turístico en base a los criterios que el experto afirmó al momento de realizar la entrevista, se toma como cuenta base el precio de \$40.000,00 dólares, además se establece un tiempo de duración de 3 meses para la construcción de las casas.

Tabla 24 Datos para el plan de ventas

PLAN DE VENTAS – CANTIDADES					
HORIZONTE DE PLANIFICACION					
	1	2	3	4	5
Enero	3	3	3	4	3
Febrero	2	5	6	3	5
Marzo	4	5	4	5	5
Abril	4	3	4	5	5
Mayo	4	6	6	4	5
Junio	5	3	3	4	3
Julio	4	5	5	5	4
Agosto	4	4	3	3	4
Septiembre	5	3	4	4	4
Octubre	4	5	4	4	5
Noviembre	6	5	3	5	4
Diciembre	5	3	5	4	3
TOTAL	50	50	50	50	50

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

En total tenemos que en cada año se venden 50 casas, esto se realizó aplicando las estrategias descritas en el plan de marketing.

Tabla 25 Pronóstico de precio

PRONOSTICO DE PRECIO					
Meses	Horizonte de Planificación				
	1	2	3	4	5
Enero	40.000	44.600	49.729	55.448	61.825
Febrero	40.000	44.600	49.729	55.448	61.825
Marzo	40.000	44.600	49.729	55.448	61.825
Abril	40.000	44.600	49.729	55.448	61.825
Mayo	40.000	44.600	49.729	55.448	61.825
Junio	40.000	44.600	49.729	55.448	61.825
Julio	40.000	44.600	49.729	55.448	61.825
Agosto	40.000	44.600	49.729	55.448	61.825
Septiembre	40.000	44.600	49.729	55.448	61.825
Octubre	40.000	44.600	49.729	55.448	61.825
Noviembre	40.000	44.600	49.729	55.448	61.825
Diciembre	40.000	44.600	49.729	55.448	61.825

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

Con el pronóstico del precio, se incrementa hasta el quinto Año, esto es debido al costo de los materiales y a los obreros contratados para la construcción de casas, ya que se esperaba que las viviendas terminen su construcción en el cuarto Año, por lo tanto los costos establecidos al inicio del negocio se pueden incrementar, para ello se prevé que el aumento del precio corresponda a un posible aumento en los costos, sin embargo, esta variable se puede cambiar al referir el posible aumento o disminución de los materiales implementos para la construcción de viviendas.

Se considera que la proyección de valores están ligados a la cantidad de unidades vendidas, ya que pese a que no se cobre el valor total de la casa, este a su vez es suficiente junto con el capital de trabajo inicial, el soporte de los costos y gastos operativos del negocio.

Tabla 26 Plan de anticipo de clientes 30%

PLAN DE ANTICIPO DE CLIENTES 30%

Meses	Horizonte de Planificación				
	1	2	3	4	5
Enero	36.000	40.140	44.754	66.536	55.644
Febrero	24.000	66.900	89.508	49.902	92.740
Marzo	48.000	66.900	59.672	83.170	92.740
Abril	48.000	40.140	59.672	83.170	92.740
Mayo	48.000	80.280	89.508	66.536	92.740
Junio	60.000	40.140	44.754	66.536	55.644
Julio	48.000	66.900	74.590	66.536	74.192
Agosto	48.000	53.520	44.754	49.902	74.192
Septiembre	60.000	40.140	59.672	66.536	74.192
Octubre	48.000	66.900	59.672	66.536	92.740
Noviembre	72.000	66.900	44.754	83.170	74.192
Diciembre	60.000	40.140	74.590	66.536	55.644

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

Desde el primer mes se tiene un ingreso sin una vivienda construida todavía, lo que es algo positivo para la empresa, ya que permite tener ingresos, desde el primer momento que se cierra un contrato con la compañía.

Tabla 27 Plan de anticipo de clientes 70%

PLAN DE ANTICIPO DE CLIENTES 70%					
Meses	Horizonte de Planificación				
	1	2	3	4	5
Enero	84.000	93.660	104.430,9	155.256	129.832
Febrero	56.000	156.100	174.050	116.442	216.385
Marzo	112.000	156.100	174.050	194.070	216.385
Abril	112.000	93.660	104.430	194.070	216.385
Mayo	112.000	187.320	208.860	155.256	216.385
Junio	140.000	93.660	104.430	155.256	129.832
Julio	112.000	156.100	174.050	194.070	173.108
Agosto	112.000	124.880	139.240	116.442	173.108
Septiembre	140.000	93.660	104.430	155.256	173.108
Octubre	112.000	156.100	174.050	155.256	216.385
Noviembre	168.000	156.100	174.050	194.070	173.108
Diciembre	140.000	93.660	104.430	155.256	129.832
Total	1400.000	1'561.000	1'740.500	1940.700	2'163.851

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

De acuerdo al plan de cobros del 70% de la vivienda, se tiene que las casas comenzarán a entregarse en el segundo año, por lo tanto es necesario que la constructora en el primer año de funcionamiento del negocio inicie con la obra, esto genera que la empresa a su vez tengan un plan de operación de financiar los primeros inmuebles para adquirirlos en sus totalidad o negociar un plazo de pago final, luego de entregada la obra, hasta que el cliente consiga el dinero total de la Casa.

4.24. Proyección de Costos

Tabla 28 Proyección de costos

Meses	Horizonte de Planificación				
	1	2	3	4	5
Enero	23.360,40	23.827,61	24.304,16	24.790,24	25.286,05
Febrero	23.360,40	23.827,61	24.304,16	24.790,24	25.286,05
Marzo	23.360,40	23.827,61	24.304,16	24.790,24	25.286,05
Abril	23.360,40	23.827,61	24.304,16	24.790,24	25.286,05
Mayo	23.360,40	23.827,61	24.304,16	24.790,24	25.286,05
Junio	23.360,40	23.827,61	24.304,16	24.790,24	25.286,05
Julio	23.360,40	23.827,61	24.304,16	24.790,24	25.286,05
Agosto	23.360,40	23.827,61	24.304,16	24.790,24	25.286,05
Septiembre	23.360,40	23.827,61	24.304,16	24.790,24	25.286,05
Octubre	23.360,40	23.827,61	24.304,16	24.790,24	25.286,05
Noviembre	23.360,40	23.827,61	24.304,16	24.790,24	25.286,05
Diciembre	23.360,40	23.827,61	24.304,16	24.790,24	25.286,05
Total	1'168,020	1'191.380,40	1'215.208,11	1'239.512,16	1'264.302,24

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

Tabla 29 Plan de pagos

Meses	Horizonte de Planificación				
	1	2	3	4	5
Enero	70.081,20	119.138,05	72.912,48	99.160,96	151.716,30
Febrero	140.162,40	119.138,05	72.912,48	99.160,96	101.144,20
Marzo	93.441,60	119.138,05	72.912,48	99.160,96	101.144,20
Abril	93.441,60	119.138,05	72.912,48	123.951,20	101.144,20
Mayo	93.441,60	142.965,66	97.216,64	123.951,20	75.858,15
Junio	70.081,20	71.482,83	97.216,64	123.951,20	75.858,15
Julio	116.802,00	71.482,83	97.216,64	123.951,20	75.858,15
Agosto	116.802,00	71.482,83	121.520,80	148.741,44	75.858,15
Septiembre	111.802,00	71.482,83	121.520,80	74.370,72	126.430,25
Octubre	111.802,00	95.310,44	121.520,80	74.370,72	126.430,25
Noviembre	70.081,20	95.310,44	121.520,80	74.370,72	126.430,25
Diciembre	70.081,20	95.310,44	145.824,90	74.370,72	126.430,25
Total	1'168.020	1'191.380,40	1'215.208,11	1'239.511,56	1'264.302,50

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

Financiamiento: \$1'153.803,45

Tasa Nominal: 10.16% = 0.0508 (semestral)

Plazo: 5 años

Pago Semestral: 150.003,88

Tabla 30 Amortización de prestamos

Periodo	Saldo	Amortización	Interés	Cuotas
1	1062.412,80	91.390,66	58.613,22	150.003,88
2	966.379,50	96.033,30	53.970,57	150.003,88
3	865.467,69	100.911,80	49.092,07	150.003,88
4	759.429,56	106.038,12	43.965,75	150.003,88
5	648.004,71	111.424,85	38.579,02	150.003,88
6	530.919,47	117.085,24	32.918,64	150.003,88
7	407.886,30	123.033,17	26.970,71	150.003,88
8	278.603,04	129.283,25	20.720,62	150.003,88
9	142.752,19	135.850,84	14.153,03	150.003,88
10	0,12	142.752,06	7.251,81	150.003,88

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

4.25. Estado de Resultados

Tabla 31 Estados de Resultados proyectado

Cuenta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	2'000.000	2'230.000	2'486.450	2'772.392	3'091.217
(-)costos	1'168.020	1'191.380	1'215.208	1'239.152	1'264.302
utilidad	831.980	1'038.620	1'271.247	1'533.240	1'826.915
(-)Gastos operativos	192.885	197.423	202.103	204.676	209.649
Sueldos	146.885	151.423	156.103	160.926	165.899
Suministros	23.000	23.000	23.000	23.000	23.000
Servicios básicos	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
Alquiler Local	5.500	5.500	5.500	5.500	5.500
Depreciación de Activo Fijo	2.500	2.500	2.500	250	250
Gasto Financiero	112.583,80	93.057,82	71.496,66	47.691,33	21.404,84
Utilidad antes de Reparto	526.511,20	748.139,13	997.647,34	1'280.872,67	1'595.861,16
Reparto Trabajadores	78.976,68	112.220,87	149.647,10	192.130,90	239.379,17
Utilidad antes de impuesto a la Renta	447.534,52	635.918,26	848.000,24	1'088.741,74	1'356.481,98
Impuesto a la Renta 22%	98.457,60	139.902,02	186.560,05	239.523,18	298.426,04
Utilidad Neta	349.076,92	496.016,24	661.440,19	849.218,56	1'058.055,94

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

Tabla 32 Flujo de caja proyectado por 5 años

Cuenta	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		2'000.000	2'230.000	2'486.450	2'772.392	3'091.217
(-)costos		1'168.020	1'191.380	1'215.208	1'239.152	1'264.302
utilidad		831.980	1'038.620	1'271.247	1'533.240	1'826.915
(-)Gastos operativos		192.885	197.423	202.103	204.676	209.649
Sueldos		146.885	151.423	156.103	160.926	165.899
Suministros		23.000	23.000	23.000	23.000	23.000

Servicios básicos		15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
Alquiler Local		5.500	5.500	5.500	5.500	5.500
Depreciación		2.500	2.500	2.500	250	250
Gasto Financiero		112.583,80	93.057	71.496,66	47.691,33	21.404,84
Intereses		112.583,80	93.057	71.496,66	47.691,33	21.404,84
Utilidad Ante impuestos		526.511,20	748.139,13	997.647,34	1'280.872,67	1'595.861,16
Reparto utilidad de Trabajo		78.976,68	112.220,87	149.647,10	192.130,90	239.379,17
Utilidad Ante Impuesto		447.534,52	635.918,26	848.000,24	1'088.741,74	1'356.481,98
Impuesto 22%		98.457,60	139.902,02	186.560,05	239.523,18	298.426,04
Utilidad Neta		349.076,92	496.016,24	661.440,19	849.218,56	1'058.055,94
Depreciación		2.500,00	2.500,00	2.500,00	250,00	250,00
Inversión inicial	1'513.568,18					
Préstamo	1'153.803,45					
Amortización de Deuda		-187.423,9	-206.949,9	-228.510,0	-252.316,42	-278.602,90
Capital Social	-350.000,00					
Flujo de caja		-164.152,9	291.566,3	435.430,1	597.152,14	779.703,04
V.A.N	-709.165,18	149.747,27	242.637,41	330.559,05	413.547,88	492.583,93
Flujo acumulado			392.384,68	722.943,73	1'136.491,61	1'629.075

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

4.26. Punto de Equilibrio

Se tomara en consideración los siguientes datos para obtener el punto de Equilibrio.

Tabla 33 Precio y costo de casas

Precio Unitario	40.000,00
Costo Unitario	23.360,40
Costo Fijo	157.720,75

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

Tabla 34 Tabla para punto de equilibrio

Costo total	Costo fijo	Costo Variable	Unidades	Ventas
251.160,75	157.720,75	93.440,00	4	160.000
227.801,95	157.720,75	70.081,21	3	120.000
315.883,15	157.720,75	140.162,40	6	240.000
227.801,95	157.720,75	70.081,20	3	120.000
321.243,55	157.720,75	163.522,00	7	280.000
321.243,55	157.720,75	163.522,00	7	280.000
367.964,35	157.720,75	210.243,00	9	36.000
414.685,15	157.720,75	256.964,00	11	44.000

Fuente: Cálculos financieros propios.

Elaboración: el autor.

$$P_E = \frac{157.720,75}{1 - \frac{23.360,4}{40.000}}$$

$$P_E = \frac{157.720,75}{40.000 - 23.360,4}$$

$$P_e = \$379,15$$

$$P_E = 9,47 \text{ unidades , 9 casas anual}$$

$$T_{MAR} = 9.62\%$$

$$T_{IR} = 40.976\%$$

$$PAY BACK = 4 AÑOS$$

7 MESES

10 DÍAS

Conclusiones

La evaluación financiera del proyecto se procederá a realizar las siguientes conclusiones:

El objetivo 1 sobre fundamentar la elaboración de un estudio de actividad sobre la teoría acerca del emprendimiento se determinó que es necesario que el emprendedor tome 5 puntos a considerar, entre los cuales se destaca un mercadeo para obtener la demanda potencial es decir los clientes que están dispuestos adquirir el bien.

Sobre los procesos para la creación del producto y finalmente la evaluación financiera junto al técnico que nos ratifique la factibilidad o advierta la posible inversión negativa.

El objetivo 2 La situación actual del sector de la construcción y la potencial demanda del proyecto Urbanístico a través de un estudio de Mercado se llegó a la conclusión que este sector de la construcción ha entrado en una recesión.

De acuerdo a nuestro estudio esto se debe a la falta de programas en el levantamiento de obras debido a esta recesión económica que existe en el País, esto nos proyecta de acuerdo a nuestros estudios que tendremos pocos clientes que se interesen en la compra de una vivienda en el Cantón Playas, sin embargo estas ventas se harían a los futuros clientes a través de Bancos, Biess, Crédito Directo.

El objetivo 3 para promocionar las viviendas de la urbanización se observa que las opiniones de los clientes futuros indican que están dispuestos a comprar una vivienda con la condición que tenga acceso a un crédito, esto nos lleva a la contratación de un profesional que gestione prestamos al cliente para la compra de la vivienda, esto garantizaría la venta de la vivienda.

El objetivo 4 La empresa debe contratar una constructora para que realice las edificaciones en su conjunto.

El objetivo 5 Según el estudio de Mercadeo se concluye que la competencia en este sector de la construcción de la vivienda cuenta con casas de exhibición lo que puede influir en la decisión del cliente y sería una gran desventaja para nosotros.

Lo que lleva a nuestro Proyecto a un riesgo de posicionamiento en el mercado y mayor dificultad para vender viviendas que aún no han sido construidas.

Finalmente en el Objetivo 6 Sobre los indicadores financieros concluimos con la puesta en marcha del proyecto; se garantiza un rendimiento 40.976% es decir que por cada dólar invertido se tiene 0.40 ctvs. De beneficios después de pagar la inversión, esto nos lleva a que el proyecto sea factible y la seguridad que el inversionista pueda colocar su capital, recuperándolo dentro de 5 años y tener un beneficio adicional por ello.

Recomendaciones

Llevar a cabo en el mercado de la construcción una agresiva publicidad y propaganda aprovechando la tecnología para promocionar la imagen corporativa de la constructora y el plan urbanístico.

El dinero por el costo de la vivienda que cancelen los clientes se pagara a los proveedores de la construcción, esto nos evitará que la compañía obtenga créditos para financiar la construcción de la vivienda.

Tener lista de proveedores de materiales de primera calidad para poder garantizar la producción de vivienda de óptima calidad, de manera que los clientes futuros puedan diferenciarlas con la competencia.

Tener casas modelos incluyendo artefactos los cuales generen un ambiente hogareño, para que el cliente visualice y decida en comprar la vivienda.

Referencias Bibliográficas

- Banco Mundial. (2016). *Exportaciones de bienes y servicios (% del PIB)*. Obtenido de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.EXP.GNFS.ZS>
- BCE. (2017). *Información Estadística Mensual IEM*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/756>
- Cabrera, M. (2011). *Producción, comercialización, exportaciones de las flores en el Ecuador y su rol en las exportaciones no tradicionales (2007-2010)*. Guayaquil: UG.
- Casanova, A., & Zuaznábar, I. (2018). *El comercio internacional: teorías y políticas*. Cienfuegos, Cuba: Universo Sur.
- Castro, M. (2016). *Impacto de las salvaguardias en la adquisición de repuestos provenientes de la metalmecánica*. Guayaquil: UG.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Asamblea Constituyente: Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi.
- COPCI. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Asamblea Nacional.
- CORPEI. (2009). *Perfiles de sectores: Sector florícola*. Quito: CORPEI.
- Escartín, E. (2011). *El mercantilismo: Primeras manifestaciones*. Sevilla: US.
- García, B., & Ávila, D. (2011). *Visión hacia la cultura de exportaciones de los empresarios de las pymes del estado de Hidalgo*. México: UAEH.
- Gómez, C., & Egas, A. (2014). *Análisis histórico del sector florícola en el Ecuador y estudio del mercado para determinar su situación actual*. Quito: USFQ.
- Gutierrez, C. (2015). *Las salvaguardias arancelarias como instrumento de la política comercial en el Ecuador. Periodo 2012-2015*. Guayaquil: UG.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc-Graw Hill.

- Herrarte, A. (2004). *La balanza de pagos*. Madrid: UAM.
- Munevar, D. (2012). *La deuda externa: conceptos y realidades históricas*. México: UNAM.
- Oleas, J. (2013). *Ecuador 1972-1999: Del desarrollismo petrolero al ajuste neoliberal*. Quito: UASB.
- OMC. (2016). *Aranceles*. Obtenido de Organización Mundial del Comercio:
https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tariffs_s/tariffs_s.htm
- OMC. (Junio de 2018). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de Las salvaguardias:
https://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm
- Pizarro, ,. K. (2015). *Exportaciones no tradicionales en el Ecuador y su impacto en la economía del país en el periodo 2010-2014*. Guayaquil: UG.
- Rocha, J. (2018). *Análisis de la sostenibilidad de la deuda pública del Ecuador 2007-2016*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Urdiales, T. (2015). *China y su incidencia en la economía ecuatoriana durante el periodo 2009-2013*. Guayaquil: UG.
- Yagual, M. (2016). *Análisis: Interrelación de la política comercial e industrial y su efecto en la balanza comercial no petrolera*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Zambrano, Z. (2016). *Acuerdo comercial Chile-Ecuador y su impacto en el comercio exterior*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Anexos

Variación trimestral porcentual del PIB general y de la construcción (I Trimestre 2011 - I Trimestre 2018)

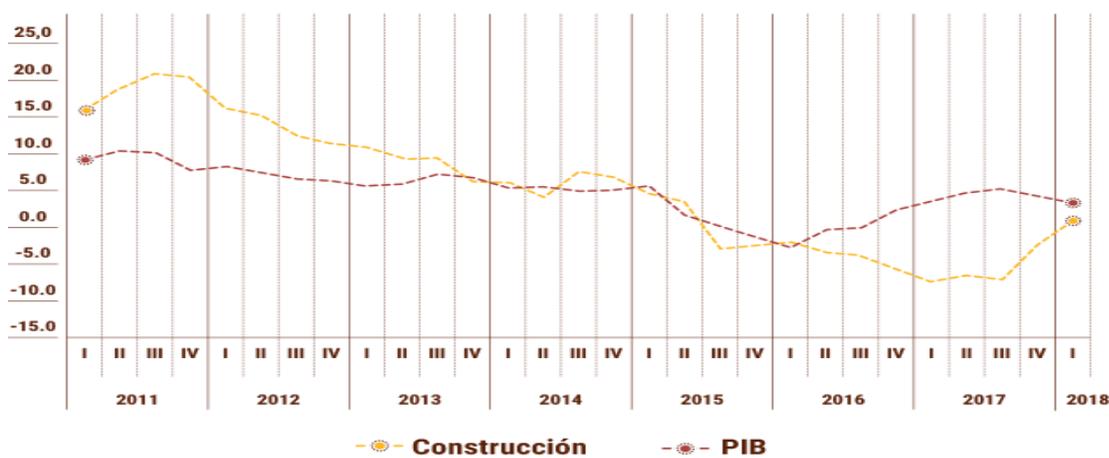


Figura 1 Variación trimestral porcentual del PIB general de la construcción.

Fuente: Banco Central del Ecuador

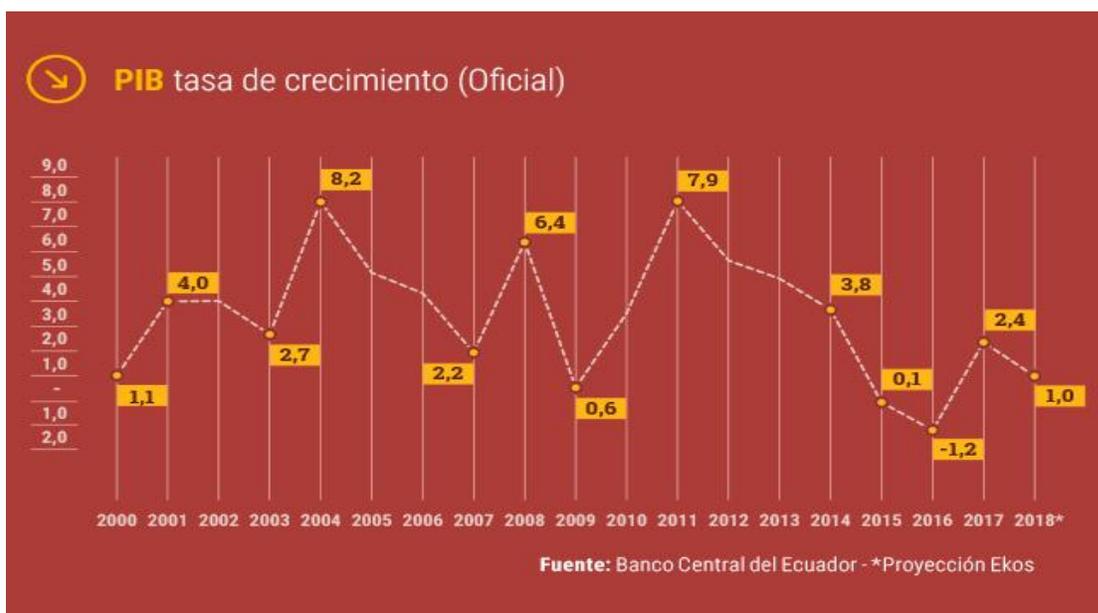


Figura 2 PIB tasa de crecimiento.

Fuente: Banco Central del Ecuador



Figura 3 Evolución del empleo del sector de la construcción.

Fuente: Banco Central del Ecuador

Valor del Bono	Precio de la vivienda hasta
USD 6.000	USD 25.000
USD 5.000	USD 30.000
USD 4.000	USD 40.000

Aporte mínimo del postulante:
5% del valor de la vivienda

Figura 4 Valor del bono y precio de vivienda.

Fuente: Cámara de Comercio de Guayaquil



Figura 5 Imágenes de Competencia de Urbanizaciones

Fuente: Portal web de la Cámara de Comercio de Guayaquil



Figura 6 Promoción de Urbanizaciones

Fuente: Portal web de la Cámara de Comercio de Guayaquil

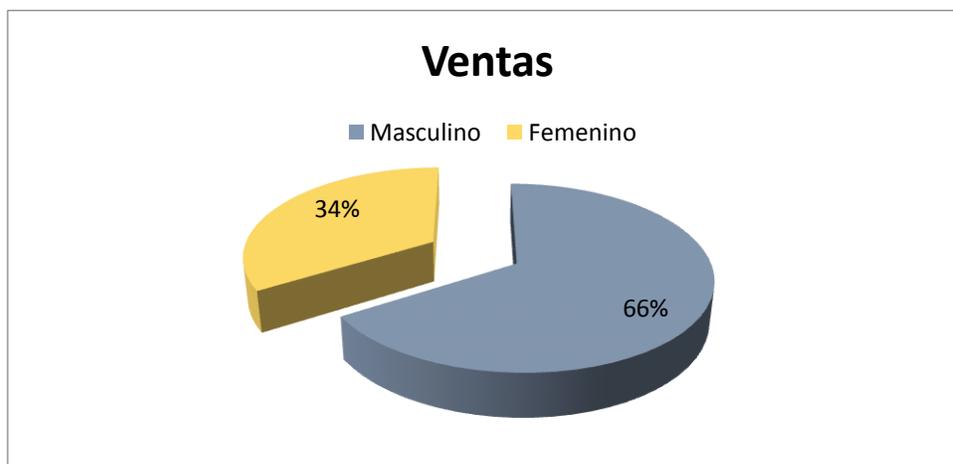


Figura 7 Encuesta pregunta género.

Fuente: Elaborado por el autor

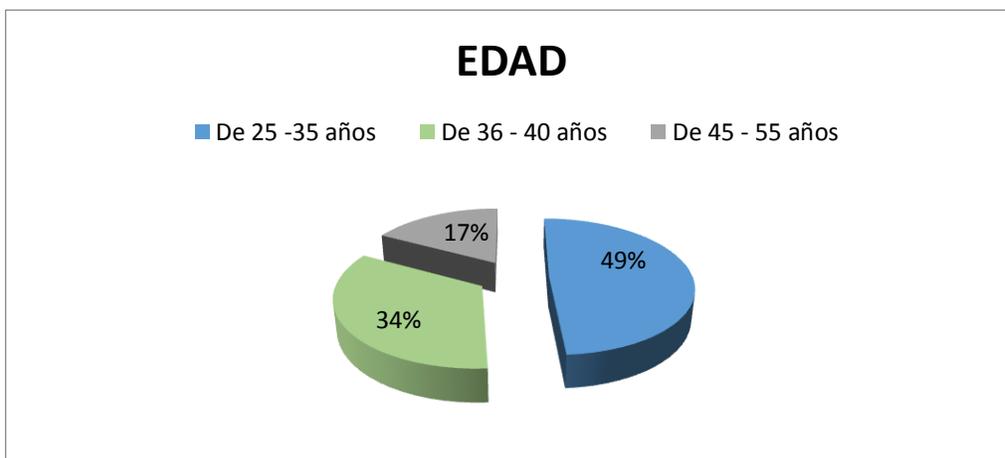


Figura 8 Encuesta pregunta edad.

Fuente: Elaborado por el autor



Figura 9 Construcción de vivienda.

Fuente: Elaborado por el autor

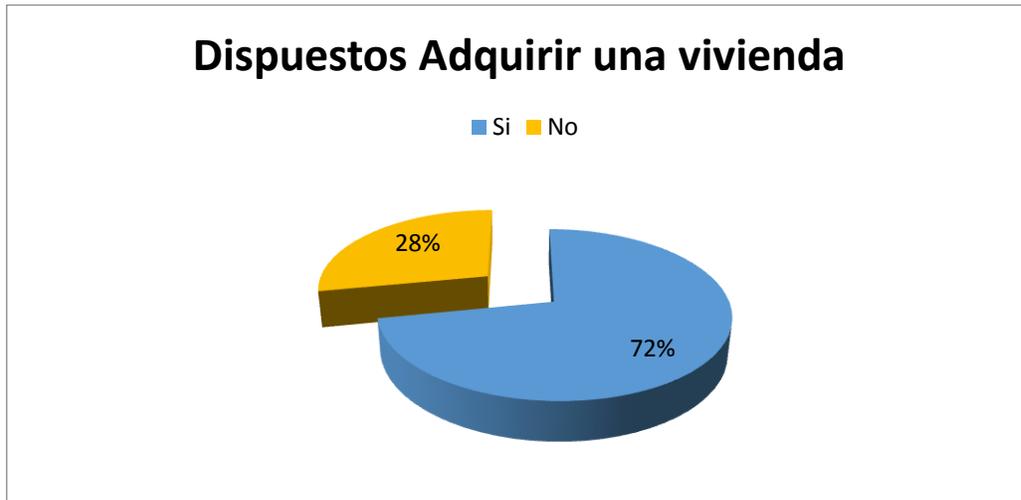


Figura 10 Dispuestos a adquirir una vivienda.

Fuente: Elaborado por el autor

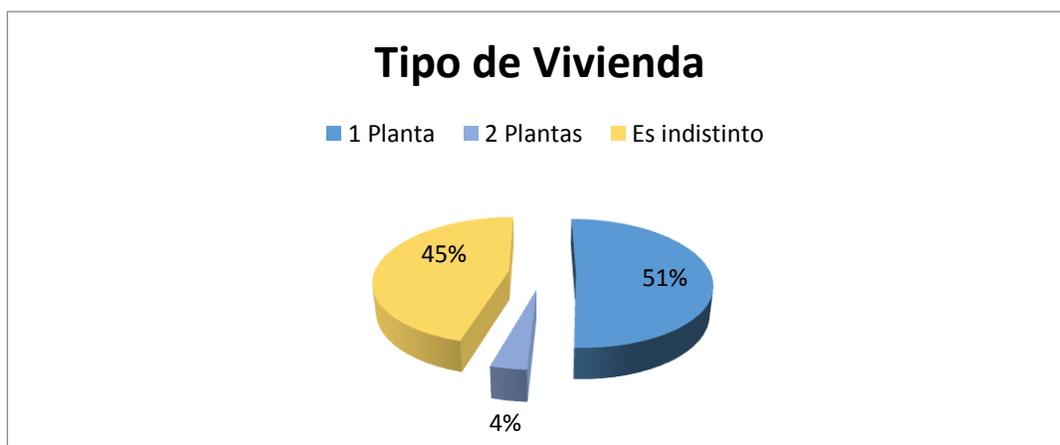


Figura 11 Tipo de vivienda.

Fuente: Elaborado por el autor

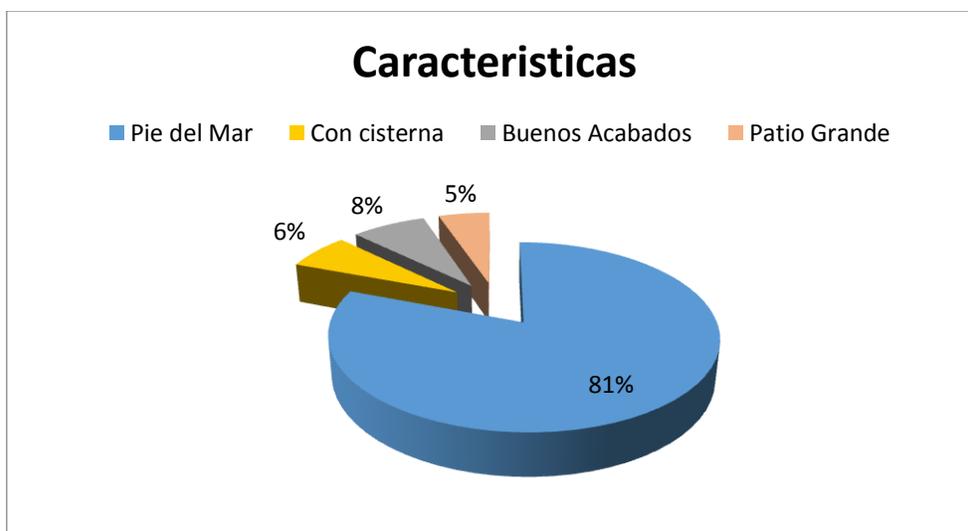


Figura 12 Características de Tipo de vivienda.

Fuente: Elaborado por el autor

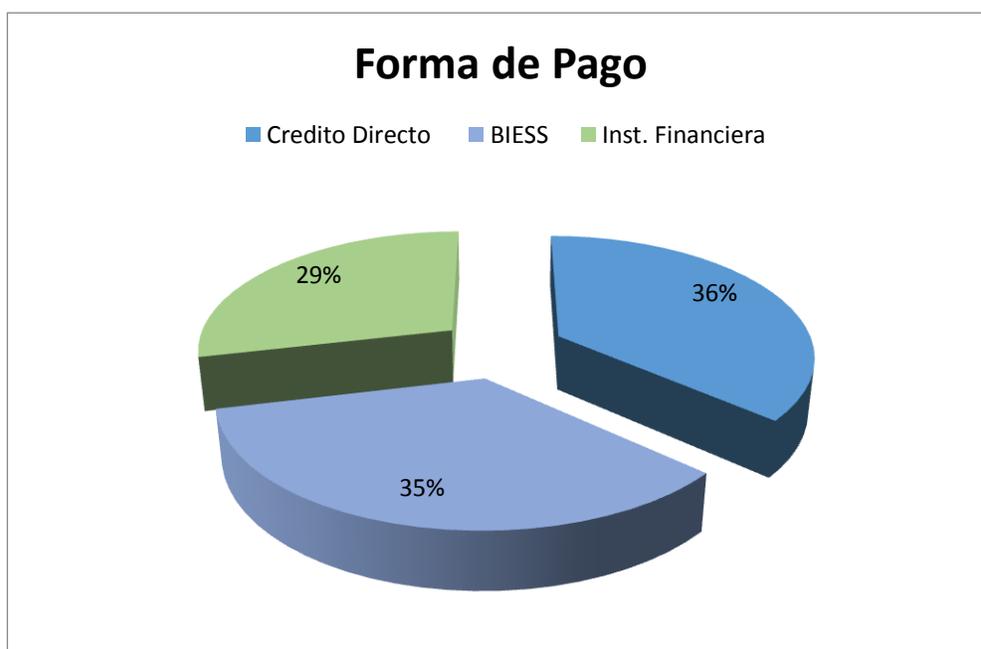


Figura 13 Forma de pago de vivienda.

Fuente: Elaborado por el autor

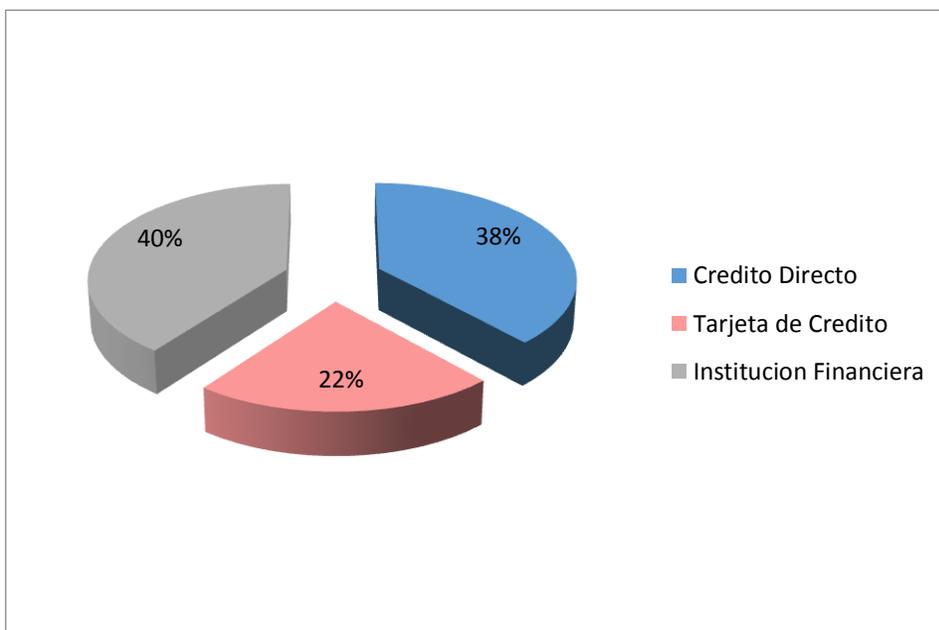


Figura 14 Forma de pago preferida.

Fuente: Elaborado por el autor

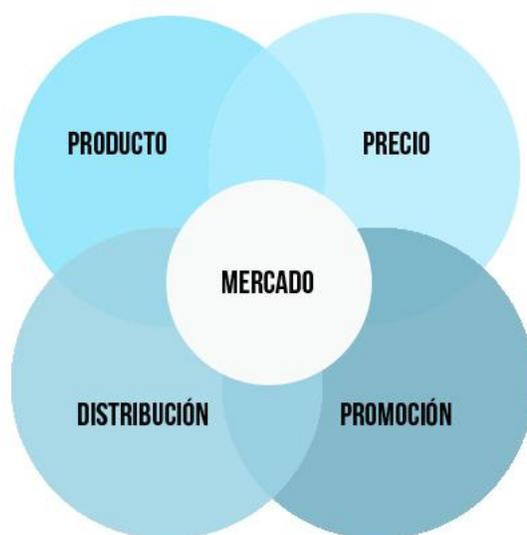


Figura 15 factores de mercado.

Fuente: Elaborado por el autor

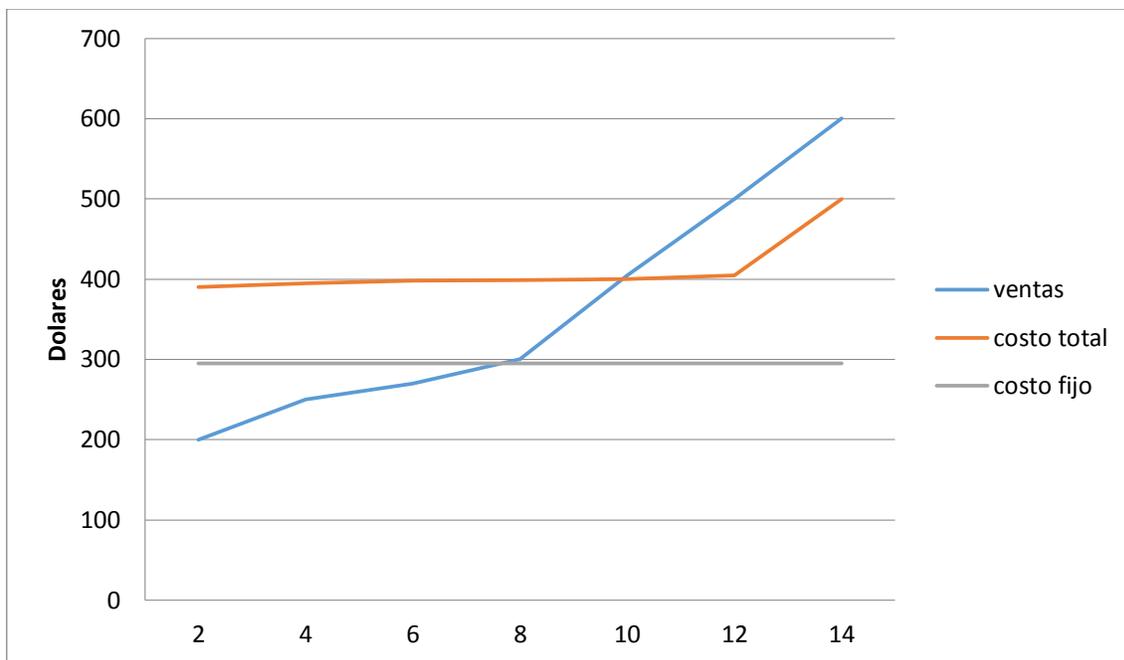


Figura 16 Punto de equilibrio.

Fuente: Elaborado por el autor

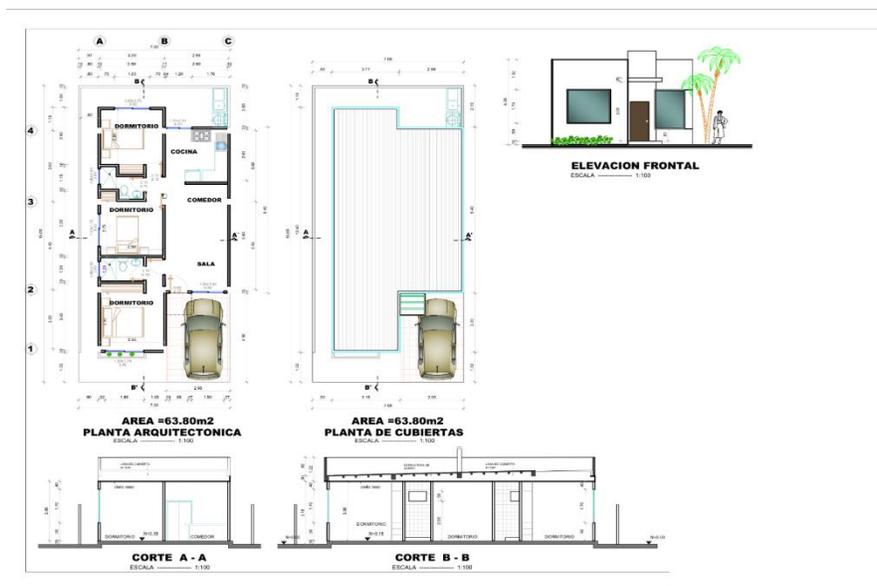


Figura 17 Instalaciones de la empresa.

Fuente: Elaborado por el autor

 UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL UNIVERSIDAD ESTATAL DE GUAYAQUIL FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS CARRERA DE ECONOMIA	
RESPONSABLE: Víctor Loor	Fecha de ejecución:
<p>1. Género: F_ M_</p> <p>2. Edad: 25 -35__ 36 – 40__ 45- 55 __</p> <p>3. ¿Actualmente la Vivienda que usted habita es? Propia__ Alquilada__ Con Familiares__</p> <p>4. ¿Considera necesaria la construcción de una urbanización para mejorar las condiciones de vivienda de la población del Cantón Playas? Sí__ No__</p> <p>5. ¿Estaría dispuesto a adquirir una vivienda en una urbanización dentro del Cantón Playas? Sí__ No__</p> <p>6. ¿Qué tipo de vivienda le gustaría adquirir? De una planta __ Dos plantas__ Es indistinto__</p> <p>7. ¿Qué características adicionales debe tener la vivienda en la playa? Al pie del mar__ Con cisterna_ buenas acabados__ Patio Grande__</p> <p>Comenta otro tipo de Características :</p> <hr/> <hr/> <p>8. ¿De qué manera te gustaría pagar tu vivienda? Crédito Directo __ BIESS__ Institución Financiera__</p> <p>9. ¿Cómo pagaría la entrada de la vivienda? Crédito Directo__ Tarjeta de Crédito__ Institución Financiera__</p>	

Figura 18 Encuesta.

Fuente: Elaborado por el autor